TEKNOKULTUR

MENAUTKAN TEKNOLOGI DAN BUDAYA, MENGILMUI PRAKTIK KULINER

SUGENG P. SYAHRIE

Teknokultur

Teknokultur

Menautkan Teknologi dan Budaya, Mengilmui Praktik Kuliner

Sugeng P. Syahrie

Program Studi Pendidikan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Jakarta

TEKNOKULTUR:
Menautkan Teknologi dan Budaya, Mengilmui Praktik Kuliner

Penulis: Sugeng P. Syahrie
Penyunting, tata letak, dan desain sampul: Sugeng P. Syahrie

Gambar sampul: Poster bertajuk “Technology all around us”, diperoleh pada
12 Agustus 2017 dari https://education.scholastic.co.uk/resources/9120

Cetakan 2, Agustus 2017 (Cetakan 1, November 2010)

Edisi khusus, tidak untuk dijual. Buku ini digunakan secara terbatas sebagai referensi penunjang mata kuliah Sejarah Sains dan Teknologi pada Program Studi Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

Untuk Evin, Keenan, dan Kamila—yang
tidak pernah surut langkah untuk menjadi
penyemangat terbaik saya

Daftar Isi Ringkas

Daftar Isi Rinci

Daftar Bagan, Simbol, dan Singkatan

BAGAN Diagram Model Semiotika Barthesian (h. 82)

SIMBOL **[tahun]** (*tanda kurung siku mengapit angka tahun yang mengikuti suatu judul buku*) menunjukkan tahun terbit buku yang bersangkutan, tetapi buku itu tidak penulis rujuk (dan sebab itu tidak tercantum dalam Daftar Pustaka). Pencantuman judul buku beserta tahun terbitnya itu sekadar untuk menambahkan informasi kepada pembaca. Misalnya, buku Sadie Plant, *Zeroes and Ones*: *Digital Women and the New Technoculture* [1997], pada h. 45.

SINGKATAN

(1) ***cf*** = [Latin "*confer*", *imperative of* "*conferre*" *to compare*] *compare* (bandingkan). Lihat *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary*, 2003.

(2) **dkk** = dan kawan-kawan

(3) **h** = halaman

(4) ***ibid*** **=** (singkatan dari *ibidem*) digunakan untuk menunjuk sumber yang sama, yang baru saja disebut tanpa ada yang mengantarai keduanya (sama halaman atau tidak).

(5) **tt** = tanpa tanggal/tahun

Ucapan Terima Kasih

Sejumlah pribadi dan lembaga telah sangat berjasa di balik penulisan buku ini. Mereka telah memberi dukungan tulus dan bantuan berharga yang telah membuat sebagian besar dari proses riset dan penulisannya tidak hanya menjadi mungkin untuk dilaksanakan, tetapi juga menyenangkan.

Ucapan terima kasih yang mendalam harus saya sampaikan kepada Dr. Myra P. Gunawan, Associate Professor Studi dan Perencanaan Pariwisata di Institut Teknologi Bandung (ITB), yang senantiasa menyempatkan diri memberikan komentar-komentar dan saran yang sangat berharga—di sela-sela kesibukan beliau di Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisataan (P-P2Par)—sejak embrio buku ini (berupa gagasan mentah tentang tautan teknologi dan budaya dalam konteks wisata kuliner di Bandung) hingga akhirnya menjadi sebuah naskah final mengenai teori teknokultur. Ucapan serupa saya sampaikan kepada Sonny Yuliar, PhD yang telah menjadi pembaca yang kritis dan tajam atas naskah awal buku ini. Lebih dari itu, topik teknokultur ini saya pilih sesungguhnya karena terilhami oleh kuliah-kuliah *Science, Technology, and Society* (STS) yang beliau berikan di Program Magister Studi Pembangunan ITB. Saya juga sangat berterima kasih kepada Dr Yasraf A. Piliang, MA, pemikir kebudayaan dari Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB, yang telah mengajukan serangkaian pertanyaan kritis dan komentar maupun saran terhadap sejumlah gagasan yang masih setengah matang dalam buku ini, khususnya perihal konsep teknokultur.

Tentu, gagasan mengenai teknokultur ini tidak akan mudah terwujud menjadi tulisan tanpa bantuan dari dua lembaga berikut: Universitas Negeri Jakarta, tempat saya mengajar, yang telah menyediakan beasiswa untuk tahun pertama (Juli 2007-Juni 2008) studi saya di ITB; dan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Nasional yang telah menyokong dana untuk tahun kedua (Juli 2008-Juni 2009) dan ketiga (Juli 2009-Juni 2010) melalui skema Beasiswa Pendidikan Pascasarjana (BPPS). Saya berterima kasih kepada kedua lembaga tersebut atas kesempatan yang mereka berikan kepada saya untuk menempuh pendidikan jenjang magister—atas tanggungan mereka—sehingga memungkinkan saya untuk melakukan riset dan menulis topik teknokultur ini sebagai tesis magister. Bermula dari tesis itulah buku ini berasal.

Terima kasih terbesar saya, senantiasa demikian, adalah kepada keluarga saya. Mereka telah bersedia turut berbagi beban—dan sekaligus kegembiraan—dengan saya dalam usaha intelektual ini. Malam-malam panjang sepanjang tahun 2009 hingga pertengahan 2010, yang sering saya habiskan untuk membaca serangkaian literatur yang seakan tiada habisnya, menyusun serangkaian catatan, mengkliping koran, menuliskannya sebagai naskah tesis, hingga akhirnya menyuntingnya lagi sebagai naskah buku, mungkin telah begitu menganggu ritme kehidupan mereka—tetapi mereka tidak pernah surut langkah untuk menjadi penyemangat terbaik saya. Sebagai ungkapan rasa terima kasih yang tak terhingga, buku ini saya persembahkan untuk mereka.[]

Depok, Oktober 2010

Sinopsis: Teknokultur

Sudah sejak mula literatur-literatur ilmu sosial dan humaniora dipenuhi dengan asumsi mengenai keterpisahan teknologi dan kebudayaan. Kalau pun dianggap terkait, perspektif yang dikembangkan hampir selalu terjebak ke dalam pemikiran yang bersifat deterministik: bahwa keberadaan entitas yang satu menjadi sebab bagi terjadinya perubahan pada entitas yang lain. Perspektif semacam ini adalah tidak memadai karena kedua entitas tersebut justru saling berkelindan dalam praktik sosial kehidupan sehari-hari.

Buku ini dimaksudkan sebagai upaya mengkonstruksi suatu kerangka teoretik untuk memahami dan menjelaskan pertautan antara teknologi dan budaya. Ranah kajian ini disebut "teknokultur" (*technoculture*). Konsep teknokultur yang dikembangkan dalam buku ini, yang bersumber pada literatur studi teknologi (*technology studies*), antropologi simbolik, kajian budaya (*cultural studies*), dan semiotika (khususnya pemikiran Roland Barthes), menjelaskan ihwal tidak adanya keterpisahan antara entitas teknologi dan entitas budaya. Lebih jauh, relasi di antara keduanya bahkan senantiasa berkarakter saling memengaruhi (non-deterministik). Bertolak dari konsep tersebut, buku ini menawarkan gagasan pokok berupa kerangka analitik yang disebut "modus-modus teknokultur".

Modus-modus teknokultur tersebut terbagi ke dalam empat tipe. Pertama, ihwal heterogenitas, homogenitas, dan hibriditas sebagai efek dari relasi teknokultural yang berlangsung dalam masyarakat yang terglobalisasi dewasa ini. Kedua, perihal saling pengaruh antara teknologi dan budaya: budaya memengaruhi desain teknologi, dan sebaliknya, teknologi berpengaruh terhadap tatanan sosiokultural. Ketiga, mengenai perubahan fungsi teknologi karena penggunaannya pada budaya lain, dan sebaliknya, penggunaan suatu teknologi pada budaya lain dapat mengubah budaya setempat. Akhirnya, keempat, teknologi yang disebarluaskan secara global justru dapat memicu munculnya kembali praktik-praktik tradisi lokal (*pastiche* atau nostalgia), baik dalam bentuk makna budaya maupun artefak material yang digunakan masyarakat setempat. Modus-modus ini selanjutnya diaplikasikan untuk menganalisis praktik (wisata) kuliner di Bandung, kota yang dalam beberapa tahun terakhir berkembang menjadi destinasi wisata kuliner yang populer di kalangan wisatawan domestik. Praktik kuliner itu sendiri merupakan contoh yang baik untuk menunjukkan fenomena teknokultur.

Buku ini dapat menjadi kritisisme terhadap sejumlah segi dalam teori-teori budaya yang kerap "melupakan" aspek material dalam analisisnya. Kritisisme serupa juga berlaku bagi studi teknologi: bahwa budaya harus dipertimbangkan sebagai faktor yang memengaruhi perkembangan teknologi karena perkembangan teknologi juga merupakan suatu proses sosiokultural. Pada tataran praktikal, modus-modus teknokultur yang ditawarkan buku ini menyediakan perangkat analitik bagi para peminat studi teknologi dan studi kebudayaan untuk melakukan analisis empirik terhadap berbagai fenomena teknokultur (mencakup semua artefak material yang digunakan oleh masyarakat) dalam kehidupan sehari-hari. Analisis teknokultur diasumsikan relevan dan mungkin dilakukan terhadap semua praktik sosial masyarakat karena setiap praktik sosial senantiasa melibatkan beragam artefak material sekaligus mengekspresikan makna-makna budaya.[]

1

Pendahuluan

Manusia … tidak pernah menghadapi lingkungan fisik secara langsung; mereka selalu mendekati alam [realitas material] *melalui* budaya, melalui berbagai sistem simbol, makna, dan nilai. [Namun] ... bentuk-bentuk budaya bukan hanya dikembangkan oleh pemikiran manusia. Budaya dihasilkan dalam sistem sosial. [Sebab itu] manusia menghadapi dunia fisik tidak hanya sekedar melalui sistem simbol budaya, mereka juga menghadapi dunia dalam sistem hubungan sosial.

Roger M. Keesing,
Antropologi Budaya: Suatu Perspektif Kontemporer, 1999, h. 169.

1

Menautkan Budaya dan Teknologi

Hampir seperempat abad yang lampau, serangkaian publikasi dari antropolog Bruno Latour (1987; 1992) serta sosiolog Michael Callon (1987) dan John Law (1991) mengkritik paradigma konstruktivisme sosial (*social constructivism*) yang mereka sebut masih memandang dunia sosial sebagai variabel independen yang membentuk atau memengaruhi perkembangan sains dan teknologi.[1] Konstruktivisme sosial adalah mazhab pemikiran (*school of thought*) yang hingga sekarang ini masih dominan dalam studi sosiologi sains dan teknologi (Schroeder, 2007: 126). Latour, Callon, dan Law adalah ilmuwan-ilmuwan sosial yang menjadi proponen teori jaringan-aktor (*actor-network theory*, ANT), sebuah pendekatan yang berkembang dalam bidang studi interdisipliner yang disebut *Science and Technology Studies* (STS).

Ketiga ilmuwan sosial itu berpendirian bahwa masyarakat itu berisikan unsur-unsur yang lebih dari sekadar individu-individu manusia serta norma-norma yang mengatur kehidupan mereka. Apa yang hilang dari teori-teori sosial sebelum mereka adalah elemen non-manusia (*non-humans*). Oleh sebab itu, dibutuhkan pendefinisian ulang mengenai apa itu "masyarakat", yakni suatu kolektivitas yang terdiri dari kedua elemen itu, manusia (entitas sosial) maupun non-manusia (entitas teknis). Mereka memandang masyarakat sebagai asosiasi-asosiasi heterogen yang terdiri dari elemen-elemen (sosial dan teknis) yang tidak stabil, yang saling memengaruhi dan mendefinisikan ulang secara terus menerus. Pandangan ini secara eksplisit menyanggah asumsi konstruktivisme sosial bahwa entitas sosial merupakan determinan bagi perkembangan sains dan teknologi. Dengan demikian, hampir tidak perlu dikemukakan bahwa Latour, Callon, dan Law pun pasti tidak bersepakat dengan pandangan determinisme teknologi—kontras dari konstruktivisme sosial—yang berasumsi bahwa teknologi merupakan determinan bagi perubahan sosiokultural.

Ketakterpisahan Teknologi dan Budaya

Gagasan para proponen ANT tersebut—bahwa entitas sosial dan entitas teknis (teknologis) saling memengaruhi satu sama lain—dapat menjadi titik tolak untuk mengajukan kritik yang lebih kurang serupa menyangkut relasi antara teknologi dan budaya. Seperti dapat disimak dalam berbagai literatur ilmu sosial dan humaniora, kebudayaan hampir selalu diasumsikan sebagai entitas yang keberadaannya terpisah jauh dari teknologi. Kalau pun terkait, perspektif yang dikembangkan hampir selalu terjebak ke dalam pemikiran yang bersifat deterministik, bahwa keberadaan entitas yang satu menjadi sebab bagi terjadinya perubahan-perubahan pada entitas yang lain.[2] Perspektif semacam ini, sebagaimana akan dijelaskan kemudian, adalah tidak memadai karena kedua entitas tersebut justru saling berkelindan dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Kajian-kajian antropologi, yang berpusat pada konsep kebudayaan, misalnya, jarang sekali membicarakan teknologi di dalamnya—apalagi teknologi dalam pengertiannya sebagai artefak[3] kehidupan sehari-hari (*technology in everyday life*). Kalau pun kebudayaan membicarakan teknologi, cara pandangnya sangat tipikal: melihat kebudayaan sebagai kendala versus kebudayaan sebagai pendorong dalam introduksi teknologi baru di masyarakat. Pandangan ini barangkali dipengaruhi oleh pemikiran Gunnar Myrdal dalam *Asian Drama: An Inquiry into the Poverty of Nations* [1968]. Dalam buku yang ditulis dari hasil riset selama 10 tahun di Asia Selatan, Myrdal (dalam Harrison, 2006: 437) menyimpulkan bahwa faktor budaya, yang sangat dipengaruhi oleh agama, merupakan rintangan yang terpenting bagi modernisasi. Dalam karya sejenis yang lebih mutakhir, *The Cultural Conditions of Economic Development* [1999], Mariano Grondona menganalisis dan mengontraskan budaya yang mendukung pembangunan (contohnya Amerika Serikat dan Kanada) serta yang menentang pembangunan (seperti Amerika Latin) (*ibid*: 433).

Dalam konteks Indonesia, buku yang ditulis antropolog Koentjaraningrat, *Kebudayaan, Mentalitet, dan Pembangunan* (1974), merefleksikan dengan gamblang cara berpikir ini. Demikian pula buku yang disunting oleh antropolog Michael R Dove, *Peranan Kebudayaan Tradisional Indonesia dalam Modernisasi* (1985). Dalam buku yang menghimpun berbagai penelitian lapangan di beberapa daerah di Indonesia mengenai kebudayaan tradisional itu, Dove mengembangkan tesis bahwa kebudayaan tradisional dapat mendukung proses pembangunan sosial, ekonomik, dan ekologis masyarakat—proses ini niscaya melibatkan teknologi.

Cara memandang relasi kebudayaan dan teknologi yang seperti itu pernah menjadi kecenderungan yang amat kuat dalam paradigma pembangunan di Indonesia pada periode pemerintahan Orde Baru. Pada dasawarsa 1980-an, misalnya, dalam suatu lokakarya yang diadakan oleh Badan Perencanaan Pengembangan Teknologi (BPPT) dan Kementerian Ristek dibahas persoalan "hambatan sosial dalam penerapan teknologi di wilayah perdesaan". Di sini sekelompok ahli ilmu sosial merumuskan beberapa parameter sosial budaya untuk mengukur berhasil-tidaknya penerapan teknologi dan alih teknologi (Kleden, 1987: 175). Cara berpikir seperti ini disebut oleh antropolog Clifford Geertz (dalam Saifuddin, 2005: 316) sebagai "ekonomisme" karena menempatkan kebudayaan di luar proses sosial (eksternalisasi) yang terjadi ketika suatu teknologi baru diintroduksi ke dalam masyarakat.[4]

Terkait dengan kecenderungan cara berpikir "ekonomisme" tersebut, menjadi amat berharga apa yang pernah dibahas oleh Bryan Pfafenberger (1998) dalam artikelnya di jurnal antropologi *Man*, "Fetishised Objects and Humanised Nature: Towards an Anthropology of Technology". Di sini Pfafenberger mencoba mendefinisikan ulang pengertian teknologi dengan menghindari dua pandangan tipikal menyangkut relasi antara teknologi dan manusia, yakni determinisme teknologi dan somnambulisme (*somnambulism*) teknologi. Cara pandang pertama menganggap bahwa teknologilah yang menentukan tatanan sosial; yang kedua memandang bahwa teknologi tidak memiliki kemampuan yang inheren untuk menentukan perkembangan sosial, dan dampaknya bergantung pada bagaimana ia digunakan oleh manusia. Pfafenberger menganggap keduanya tidak memadai karena mengabaikan kompleksitas hubungan di antara teknologi dan dunia kultural-sosial. Sebagai gantinya, ia mendefinisikan teknologi dari perspektif antropologi, yakni suatu totalitas fenomena sosial yang

mencakup secara sekaligus unsur-unsur material, sosial, dan simbolik dalam suatu jejaring yang kompleks.[5]

Cara pandang lain terhadap teknologi yang juga tipikal dalam antropologi adalah sebagaimana yang terwakili oleh buku ajar antropologi yang ditulis oleh Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi* (1979). Dalam buku ini, Koentjaraningrat mengkategorikan teknologi (dan sistem peralatan hidup) sebagai salah satu dari tujuh unsur kebudayaan yang dapat ditemukan pada semua bangsa di dunia.[6] Dengan kata lain, cara pandang ini menganggap bahwa teknologi hanyalah *subspecies* kebudayaan, atau teknologi adalah bagian dari entitas kultural. Kebudayaan itu sendiri didefinisikannya sebagai "keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar" (*ibid*: 180).

Cakupan definisi kebudayaan yang sangat luas itu menyebabkan semua hal yang merupakan hasil kreasi atau daya cipta manusia adalah kebudayaan. Jika demikian, lalu apa yang bukan kebudayaan? "Jika budaya meliputi apa saja", demikian kata Samuel P. Huntington (2006: xv), "budaya tidak menjelaskan apa pun". Kebudayaan dalam artinya yang sangat umum dan meluas itu, yang mencakup apa saja, hanya mungkin dikontraskan dengan segala sesuatu yang bukan merupakan hasil kreasi manusia, yakni hal-hal yang alamiah (*natural*).

Selain antropologi, bidang kajian interdisipliner yang disebut "kajian budaya" (*cultural studies*) juga mengkaji kebudayaan, namun kebudayaan yang dimaksud di sini adalah apa yang disebut oleh para proponen kajian budaya sebagai "budaya massa" (*mass culture*) atau "budaya pop" (*popular culture*).[7] Titik pijaknya adalah sebuah gagasan tentang budaya yang sangat luas dan mencakup segala hal yang digunakan untuk menggambarkan dan mempelajari beraneka praktik sosial (Sardar & Loon, 2001: 6) pada tataran simbolik (atau budaya)-nya. Kajian budaya bertujuan mengkaji pokok persoalannya dari sudut praktik kebudayaan dan hubungannya dengan kekuasaan. Tujuan tetapnya adalah mengungkapkan hubungan kekuasaan dan mengkaji bagaimana hubungan tersebut mempengaruhi dan membentuk praktik kebudayaan (*ibid*: 9).[8]

Dengan fokus pada "praktik budaya" ini, kajian budaya didominasi oleh studi mengenai budaya pop (*popular culture*), khususnya perihal konsumsi dalam kehidupan sehari-hari (Storey, 1996), yakni perihal cara bagaimana simbol-simbol komoditas dibeli dan diapropriasi oleh individu atau kelompok untuk memperlihatkan identitas atau perbedaan kelas sosial. Namun, tanpa mengingkari manfaatnya, kajian sosiokultural seperti yang dilakukan disiplin kajian budaya ini memiliki kelemahan sebagaimana kelemahan kajian ilmu-ilmu sosial-humaniora pada umumnya yang memusatkan perhatiannya semata pada faktor-faktor sosial dan kultural. Ia kurang memperhatikan bagaimana cara hidup bermasyarakat berubah seiring dengan berbagai penemuan teknologi.

Sebagaimana disimpulkan oleh Sastrapratedja (2008: vii), dalam kajian budaya aspek material dari praktik kultural kerap kali luput dari pengamatan. Pengkaji kebudayaan material (*material culture studies*) Michael Schiffer telah menegaskan hal ini lebih dari satu dasawarsa silam dalam *The Material Life of Human Beings: Artifacts, Behavior, and Communication* (1999, dalam Olsen, 2003: 87). Schiffer menulis bahwa ilmuwan sosial telah "*ignored what might be the most distinctive and significant about our species: [that] human life consists of ceaseless and varied*

interaction among people and myriad kinds of things". Begitu pun antropolog Web Keane. Dalam *Handbook of Material Culture* (2006: 197), indonesianis asal Universitas Michigan ini menyatakan:

> *Within the social or human sciences, material objects have rarely been a focus of attention simply in and on themselves. Rather, they have been of special interest primarily for the insight they may provide into human social and cultural worlds*.

Pengkaji kebudayaan material lainnya, Bjørnar Olsen (2003: 94), yang menyitir argumen H. Lefebvre dalam artikel "The Everyday and Everydayness" [*Yale French Studies 73*, 1987], menjelaskan mengapa benda-benda, dunia material, cenderung luput dari perhatian para ilmuwan sosial dan humaniora. Salah satu alasan yang sering dikemukakan adalah karena: "*things do not call attention to themselves—they are so integrated in our lives, being at the same time the 'most obvious and the best hidden'*". Filsuf Martin Heidegger (1889–1976) telah jauh lebih dahulu menengarai kecenderungan tidak dibicarakannya artefak teknologis keseharian dalam kajian sosial budaya. Dalam buku yang ditulis oleh Michael E. Zimmerman, *Heidegger's Confrontation with Modernity, Technology, Politics, and Art* (1990, dalam Lim, 2008: 65), dinyatakan bahwa ketika orang menggunakan alat, alat itu cenderung "menghilang". Alat itu menarik diri ke latar belakang.[9]

Sebaliknya, studi sosial yang mengkaji teknologi, yakni STS, selain beberapa teorinya masih menunjukkan bias determinisme,[10] studi ini juga jarang membicarakan dimensi budaya di dalamnya. Studi teknologi selama ini didominasi oleh isu mengenai dampak sosial dari kehadiran teknologi baru, khususnya teknologi tinggi seperti energi nuklir, teknologi informasi, dan bioteknologi. Riset yang dilakukan oleh para penggiat studi STS, seperti berbagai studi kasus yang dihimpun dalam buku yang disunting oleh Arie Rip dkk., *Managing Technology in Society: The Approavh of Constructive Technology Assessment* (1995), didominasi oleh isu tata kelola teknologi (*governance of technology*) yang bertujuan mempromosikan demokratisasi sistem teknologi untuk mengendalikan dampak sosial dari inovasi teknologi agar integrasinya ke dalam masyarakat disertai penerimaan yang baik dan hasil-hasilnya berkelanjutan.[11]

Sebenarnya, sebagaimana sudah dikemukakan pada bagian awal bab ini, kajian yang berfokus pada efek resiprokal dalam relasi antara teknologi dan masyarakat sudah dirintis dan dikembangkan oleh para penggagas ANT sejak dasawarsa 1990-an. Perspektif yang tidak determinsitik ala ANT ini dimungkinkan, antara lain, berkat definisinya tentang teknologi yang tidak hanya berupa mesin-mesin, tetapi mencakup juga artefak kehidupan sehari-hari. Selain itu, juga karena cara ANT mendefinisikan masyarakat yang tidak mengasumsikannya sebagai entitas homogen yang hanya dihuni oleh aktor-aktor sosial, tetapi sebagai jaringan heterogen yang turut dibentuk oleh objek-objek teknologis (Yuliar, 2009).

Kajian yang dilakukan oleh Bruno Latour (1992: 225-258) dan Wiebe Bijker (1992: 75-102), misalnya, memperlihatkan hal ini. Namun, studi mereka pada umumnya bertolak dari perspektif sosiologis;[12] atau perspektif politis sebagaimana diperlihatkan oleh Langdon Winner dalam tulisannya yang terkenal, "*Do Artefacts Have Politics*?" (lihat Winner 2001: 11). Sejauh ini, saya hampir tidak menemukan kajian yang menggunakan teori ANT yang bertolak dari perspektif kultural.[13] Apakah hal ini mengindikasikan ketidakcocokkan ANT sebagai teori untuk mengkaji relasi teknologi dengan budaya?

Keseluruhan paparan di atas menunjukkan dua kecenderungan yang menjadi persoalan keilmuan. Kecenderungan pertama, pada tataran paradigmatik, ialah masih dominannya mazhab konstruktivisme sosial di kalangan ilmu-ilmu sosial-humaniora. Hal ini tentu saja cukup mengherankan: mengapa peran sosial dan kultural dari teknologi masih saja kerap mendapatkan penolakan dalam kajian ilmu-ilmu sosial-humaniora? Kecenderungan kedua, pada tataran konseptual, ialah masih kuatnya asumsi bahwa teknologi adalah entitas yang terpisah jauh dari entitas budaya. Padahal, bukankah keduanya justru saling berkelindan dalam praktik sosial sehari-hari?
Barangkali, mereka yang bergerak dalam ranah ilmu-ilmu sosial-humaniora selayaknya menyimak apa yang dikatakan oleh Ralph Schroeder, pengkaji isu-isu STS, dalam *Rethinking Science, Technology, and Social Change* (2007):

> *The most obvious impact of science and technology is via economic growth, but to gauge the significance of science and technology for everyday life, it is not enough to look at purely quantitative economic effects. Their advance must also be translated into the use of technologies in everyday life. Mass production and mass consumption have vastly extended the reach and volume of goods and services. The impact of technology—and more indirectly of science—on everyday life is thus to lead to a proliferation of technologically mediated activity and an ever more homogeneously diversified way of life* (h. 3).

Meskipun pernyataan Schroeder tersebut agak menyiratkan pembelaannya terhadap pandangan determinisme teknologi (dan dengan demikian jelas mengkritik pandangan konstruktivisme sosial), ia telah dengan sangat gamblang menegaskan ihwal keterpautan erat teknologi dengan budaya ("*way of life*"). Teknologi, kata Schroeder, telah menunjukkan kemampuannya untuk mengarahkan aktivitas keseharian manusia—yang termediasi oleh teknologi—menjadi makin beragam (heterogen) jenis dan bentuk, tetapi pada saat yang sama teknologi juga telah membuat cara atau pola hidup manusia sehari-hari terasa makin seragam (homogen).

Ranah Teknokultur

Kecenderungan masih dominannya mazhab konstruktivisme sosial di kalangan ilmuwan sosial-humaniora dan masih kuatnya anggapan umum bahwa teknologi dan budaya adalah dua entitas yang saling terpisah, sebagaimana telah disinggung, menegaskan perlunya suatu studi yang berfokus pada pertautan atau relasi antara teknologi dan budaya dalam kehidupan sehari-hari. Ranah permasalahan atau bidang kajian ini saya sebut sebagai "teknokultur" (*technoculture*), yang akan dijelaskan lebih lanjut pada Bab 4. Kajian tentang teknokultur ini akan berfokus pada dua pokok persoalan: *karakter relasi yang terbentuk di antara teknologi dan budaya* dan *mekanisme atau modus-modus yang terjadi dalam relasi tersebut.*

Buku ini bertolak dari asumsi dasar bahwa teknologi (khususnya artefak material kehidupan sehari-hari) adalah entitas yang memiliki makna, lebih dari sekadar makna fungsional (denotatif)-nya. Oleh sebab itu, sebagai bagian yang tak terpisahkan dari praktik kehidupan sehari-hari, objek teknologis atau artefak material menjadi penting untuk dikaji karena ia dapat mengungkapkan dimensi kultural masyarakat penggunanya. (Atau, dilihat sisi lainnya, budaya sebagai dimensi maknawi dari praktik sosial sehari-hari adalah entitas yang penting untuk ditelaah dalam kaitannya dengan objek teknologis kehidupan sehari-hari karena ia dapat membantu memberikan pemahaman perihal bagaimana objek-objek teknologis berkembang dan berubah). Dengan demikian, kajian

ini juga mendukung pemikiran bahwa teknologi kehidupan sehari-hari adalah entitas yang sarat nilai (*value laden*), bukan sesuatu yang otonom atau bebas dari kontaminasi budaya dan ideologi (*value free*) sebagaimana klaim pemikiran kaum modernis.

Berpijak pada asumsi dasar tersebut, buku ini mengembangkan tesis bahwa di antara entitas teknologi dan entitas budaya terjalin suatu relasi yang bersifat timbal-balik dan saling pengaruh (memberi efek saling mengubah).[14] Oleh sebab itu, tujuan pokok kajian ini adalah memberikan argumen-argumen yang kredibel—berikut bukti-buktinya—sekaligus mengidentifikasi mekanisme dan pola dari relasi tersebut agar diperoleh pemahaman mengenai karakter teknokultur. Dalam spektrum yang lebih luas, atau tujuan yang lebih jauh, kajian ini dimaksudkan sebagai upaya mengkonstruksi suatu kerangka teoretik untuk memahami teknokultur. Hasil yang diharapkan ialah tersedianya suatu kerangka teoretik (mencakup dua komponen, yakni kerangka konseptual dan kerangka analitik) yang lebih akurat dan konsisten dengan bukti-bukti empirik mengenai pertautan di antara entitas teknologi dan entitas budaya pada tataran kehidupan sehari-hari. Kerangka teoretik ini, dengan sendirinya, menolak setiap bentuk pemikiran yang bercorak deterministik dalam menjelaskan pertautan antara teknologi dan budaya.

Dari formulasi pokok permasalahan yang dikaji beserta tujuannya tersebut, menjadi jelas di sini bahwa ranah kajian ini adalah ranah teoretik.[15] Kajian jenis ini tentu saja dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi manfaat praktisnya memang hanya dapat diperoleh bila temuan teoretik kajian ini—sebagaimana telah disinggung—dapat berlaku konsisten dengan bukti-bukti empirik.[16] Sebab itu, kajian teoretik ini bermuara pada perumusan kerangka analitik yang berguna sebagai praksis bagi kajian ini (Bagian 4). Selanjutnya, kerangka kerja analitik itu akan secara khusus diaplikasikan terhadap suatu contoh aplikasi (Bagian 5)—yakni praktik kuliner—yang saya anggap relevan untuk memberikan konteks empirik pada teori teknokultur yang menjadi pokok bahasan kajian ini.[17]

Dengan tersedianya kerangka teoretik itu, selanjutnya ia dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan menunjukkan pola-pola relasi teknokultural dalam kompleksitas relasi antarmanusia. Kompleksitas ini terbentuk oleh persinggungan yang intensif di antara berbagai komunitas, kebudayaan, dan ideologi dalam masyarakat informasi dan komunikasi dewasa ini—suatu kompleksitas yang tidak hanya melibatkan elemen-elemen sosial dan kultural, tetapi juga elemen-elemen teknologis di dalamnya. Itulah arti penting kajian teknokultur ini.

Pada tataran filosofis, kajian teknokultur itu sendiri—meminjam pendapat Sardar & Loon (2001: 102)—menegaskan adanya hubungan yang mendalam antara teknologi dan budaya, dan mendorong orang untuk menyadari bahwa teknologi jarang terpisah dari manusia atau masyarakat sebagai perancang, pembuat, dan penggunanya. Kedua entitas itu saling berkontribusi dalam membentuk perilaku manusia yang bermakna dalam praktik-praktik sosialnya. Tekanan pada manusia sebagai *homo culturalis* (makhluk yang selalu ingin memahami makna dari apa yang diketemukannya) ini membedakan kajian teknokultur dari kajian sosiologi teknologi—atau katakanlah “teknososial”.[18]

Meskipun kajian tentang teknokultur ini mewacanakan ihwal makna budaya dalam teknologi keseharian—sesuatu yang barangkali tetap tampak remeh-temeh—tetapi saya berpendapat bahwa kajian sejenis ini sesungguhnya memiliki peran pentingnya

sendiri. Dari perspektif sosiologis, misalnya, sebagaimana yang dikemukakan oleh Finkelstein (1999):

> *...the customs of everyday life are seen as normative and ideological proclamation of regnant views of human nature and the social order. As such, everyday practices are summaries of broader cultural configurations which simultaneously reiterate an idealized, imaginary status quo* (h. 72).

Risalah panjang dari Malcolm Barnard (2009) tentang semiotika *fashion* dan pakaian adalah salah satu contoh yang dapat mewakili argumen betapa tidak remehnya kajian mengenai aspek simbolik atau kultural dari praktik sosial sehari-hari dalam hal berpakaian. Dalam salah satu halaman buku itu, Barnard menulis:

> ... potongan rok bukanlah hal remeh, seperti halnya keadilan sosial, jutaan orang kelaparan, dan nasib ikan paus juga bukan hal yang remeh, lantaran sepenuhnya fenomena budaya atau sepenuhnya bisa diperlakukan sebagai fenomena budaya. Semua itu merupakan cara bagi suatu kelompok untuk bisa mengidentifikasi dan membentuk dirinya sendiri sebagai suatu kelompok budaya. Semua itu merupakan topik atau bidang yang dipergunakan suatu kelompok untuk mengekspresikan harapan, ketakutan, dan keyakinannya tentang dunia serta segala hal yang ada di dalamnya (h. 27).

Dengan demikian, contoh aplikasi teknokultur kuliner dalam kajian ini (Bagian 5) juga bukan hal yang remeh-temeh. Bukankah makanan dan aktivitas makan lebih dari sekadar soal pemenuhan kebutuhan biologis paling mendasar—dan bersifat sehari-hari—dari kehidupan manusia? Seperti yang dinyatakan oleh Archaeology Ireland dalam brosur konferensinya yang bertajuk *Food: Culture and Identity* (2005), makanan adalah unsur yang sangat esensial dalam pengidentifikasian identitas—individual maupun komunal—dan budaya suatu komunitas atau masyarakat.

> *Food is a hugely significant part of our culture and identity. Archaeology, anthropology, history, sociology and folklore can all be used to explore its many cultural, social and symbolic meanings, teasing out people's different ideas about what food we should eat, how it should be prepared and consumed. [...]. In recent years, people have started to recognise how aspects of identity, status, gender and sociality were negotiated and performed through the choice of foods, their preparation, display, consumption, and ultimately even the disposal of human waste*. (ArchaeoIogy Ireland, 2005).

Bagaimana Buku Ini Disusun?

Materi yang dibahas dalam buku ini merupakan tinjauan retrospektif terhadap konsep-konsep teoretik tentang teknologi dan kebudayaan, keterpautan keduanya (teknokultur), dan tinjauan metodologis ihwal bagaimana mengkaji keterpautan tersebut pada tataran empirik. Untuk sampai pada tujuan itu, saya memulainya dengan mengerjakan riset kepustakaan secara ekstensif terhadap literatur antropologi, sosiologi, kajian budaya, studi STS, dan semiotika. Pada tahap ini, berbagai bahan yang terkumpul dipelajari dengan cermat agar dapat dilakukan pemetaan pemikiran mengenai konsep teknologi, kebudayaan, teknokultur, dan semiotika. Dari pemetaan tersebut kemudian dilakukan pendefinisian konsep "teknologi" dengan memperluas cakupannya—lebih dari sekadar mesin-mesin[19]—ke arah artefak-artefak teknis dalam kehidupan sehari-hari (*technology in everyday life*). Ini tidak berarti bahwa teknologi

hanyalah mesin, artefak teknis, dan perkakas (*device*); teknologi juga mencakup pengetahuan teknis dan aktivitas teknis, yakni pengetahuan dan aktivitas yang berkembang melalui pembuatan dan penggunaan artefak.[20]

Setelah konsep teknologi didefinisikan, selanjutnya adalah mendefinisikan ulang konsep "budaya" dengan memadukan konsep kebudayaan menurut paradigma interpretivisme simbolik dengan konsep kebudayaan dalam tradisi kajian budaya. Berkebalikan dengan strategi dalam pendefinisian teknologi di atas, di sini konsep kebudayaan justru dimaknai secara lebih khusus. Seperti yang dikatakan oleh Orlando Patterson (2006: 310), yang mengikuti nasihat yang sangat asuk akal dari antropolog Roger Keesing dalam artikel "Theories of Culture" [*Annual Review of Anthropology*, 1974], bahwa yang terbaik adalah "mempersempit 'konsep budaya' sehingga memasukkan lebih sedikit dan membuka lebih banyak". Dalam interpretivisme simbolik, sebagaimana yang dikemukakan oleh tokoh utamanya, Clifford Geertz (1973), kebudayaan dipandang sebagai jejaring makna yang dirajut manusia yang dioperasionalkan melalui kegiatan sehari-hari. Definisi ini sejajar dan saling mendukung dengan konsep kebudayaan menurut disiplin kajian budaya, yaitu "*culture understood as practices of everyday life*" (Storey, 1996: 2), atau "budaya adalah kumpulan praktik sosial yang melaluinya makna diproduksi, disirkulasikan, dan dipertukarkan" (Thwaites, Davis, Mules, 2009: 1). Definisi ini sangat berguna untuk menegaskan perbedaan antara entitas teknologi dan entitas budaya, dan memperlakukan keduanya secara simetris.[21]

Pendefinisian ulang konsep teknologi dan konsep budaya tersebut memungkinkan saya untuk memformulasikan konsep teknokultur yang mengasumsikan tidak adanya keterpisahan antara entitas teknologis dan entitas budaya. Argumennya, bersumber pada literatur kajian budaya dan antropologi, adalah bahwa cara manusia memaknai dunia kehidupannya membutuhkan medium perilaku dan objek teknologis untuk mengekspresikannya. Konsep teknokultur itu sendiri juga mengalami pendefinisian ulang seiring modifikasi konsep teknologi. Dalam kajian ini, kata "tekno" (kependekan dari "teknologi") dalam neologisme "teknokultur" merujuk kepada beragam jenis dan bentuk artefak atau *material culture*,[22] termasuk objek teknis (*technical object*) keseharian yang tampak "remeh-temeh".

Meski demikian, konsep teknokultur tersebut masih membutuhkan perangkat konseptual lainnya agar mekanisme saling pengaruh dan saling memberi efek mengubah dalam konsep tersebut dapat dijelaskan dan dipahami dengan lebih baik. Dalam hal ini, saya berpandangan bahwa teori semiotika (*semiotics*)[23] merupakan perangkat konseptual yang relevan untuk mencapai maksud tersebut.[24] Karena itu, langkah berikutnya ialah mempelajari berbagai literatur mengenai semiotika untuk menemukan teori semiotika yang—selain relevan dengan studi kebudayaan—jangkauan kajiannya mencakup berbagai praktik sosial sehari-hari yang melibatkan berbagai perilaku dan objek-objek teknologis atau artefak-artefak material. Kriteria ini mendasar karena bidang kajian teknokultur ini separo wilayahnya bertumpu pada konsep budaya.

Atas dasar kriteria tersebut, saya memilih teori semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes[25] sebagai perangkat konseptual yang tepat untuk mendukung kajian teori teknokultur ini. Melalui karya-karyanya, Barthes telah menunjukkan bahwa konsep konotasi yang digunakannya telah memungkinkan semiotika untuk menjelaskan bagaimana objek-objek teknis atau artefak-artefak material kehidupan sehari-hari

menjadi memiliki makna—dan makna ini tidak bersifat stabil. Menurut Barthes (dalam Hoed, 2008: 13), hal itu membuktikan bahwa semiotika punya kemampuan untuk melakukan bukan saja analisis gejala budaya atas praktik sosial tetapi juga kritik budaya—karena makna seringkali dilahirkan dari proses kontestasi nilai-nilai—untuk menyingkap dimensi ideologis yang ada di balik praktik sosial itu (yang dilihat sebagai tanda).[26]

Dengan memilih semiotika sebagai pendekatannya, buku ini mengakui pentingnya apa yang oleh filsuf Jerman Wilhelm Dilthey (1833-1911) disebut “pemahaman” (*verstehen*) bagi ilmu-ilmu sosial-humaniora (catatan: tema pokok buku ini, teknokultur, tentu saja termasuk ke dalam studi ilmu-ilmu sosial-humaniora karena mengkaji praktik sosial masyarakat). Sebab, yang ditemukan di wilayah ini bukanlah hubungan-hubungan kausal yang bersifat niscaya belaka, sebagaimana yang ditemui dalam ilmu-ilmu alam (lihat catatan Bab 5 untuk paparan mengenai asumsi-asumsi dasar ilmu-ilmu alam), melainkan *makna*.[27]

Konsep teknokultur yang didukung oleh teori semiotika itulah yang merupakan kerangka konseptual (*conceptual framework*) yang dikonstruksi oleh kajian ini. Tersedianya kerangka itu, selanjutnya, memungkinkan saya merumuskan modus-modus teknokultur yang memaparkan premis-premis (beserta ilustrasi-ilustrasi empirik yang relevan) perihal bagaimana teknologi dan budaya bertaut dalam suatu relasi yang bersifat saling mengubah atau mentranformasi satu sama lain.[28] Perumusan modus-modus itu sendiri, pada dasarnya, merupakan temuan (*result*) dari kajian ini, sekaligus menunjukkan segi praksis teori teknokultur sehingga ia berguna untuk mempelajari kasus-kasus empirik di masyarakat. Dengan kata lain, modus-modus teknokultur itu merupakan kerangka analitik (*analitycal framework*) dari kerangka konseptual teknokultur. Konstruksi kerangka konseptual beserta kerangka analitiknya itu, pada akhirnya, memungkinkan kajian ini menghasilkan suatu konstruksi teoretik yang saya sebut sebagai “teori teknokultur”. Konsep teknokultur itu sendiri, sebagaimana dipaparkan pada Bab 4, telah muncul sejak 1991; tetapi—meskipun bukan yang pertama—teori teknokultur yang dihasilkan oleh kajian ini saya anggap dapat (setidaknya) memperkaya pemahaman kita mengenai relasi antara teknologi dan budaya.

Langkah terakhir ialah mengaplikasikan modus-modus teknokultur terhadap praktik (wisata) kuliner di Bandung dan Jakarta (sekedar sebagai contoh aplikasi, tanpa mengasumsikan bahwa aplikasi teori teknokultur yang dihasilkan kajian ini berlaku sebatas pada contoh tersebut). Data ihwal praktik kuliner di kedua kota itu saya himpun dari sumber-sumber media massa, terutama media cetak yang kemudian dikutip sebagai ilustrasi empirik untuk mendukung kerangka analitik (baca: modus-modus teknokultur) yang dikembangkan dalam kajian ini. Metode ini mengikuti apa yang oleh Alvin Gouldner (1976, dalam Kellner, 1999) disebut sebagai “sosiologi suratkabar” (*newspaper sociology*). Analisis terhadap data tersebut dimaksudkan untuk membuktikan keberlakuan kerangka analitik (modus-modus) teknokultur dalam tataran praktik sosial (paparan lebih rinci mengenai metode ini disajikan di Pengantar Bagian 5).

Secara keseluruhan, langkah-langkah tersebut tergambarkan dalam struktur pembahasan buku ini yang terbagai ke dalam enam bagian (dan terbagi lagi ke dalam 22 bab). Bagian 1, yakni Pendahuluan ini (satu bab), memberikan introduksi serta *problem statement* ihwal pentingnya kajian teknokultur. Bagian 2 (tiga bab) sangat elementer karena

memaparkan argumentasi-argumentasi konseptual bagi pendefinisian ulang konsep teknologi dan—terutama—konsep kebudayaan yang diakhiri dengan perumusan teori teknokultur. Bagian 3 (empat bab) memaparkan teori semiotika, terutama model semiotika Barthesian, sekaligus menyajikan landasan pemahaman perihal teknologi—khususnya dalam pengertiannya sebagai objek-objek teknis atau artefak-artefak material—sebagai objek kajian semiotika. Bagian ini juga memaparkan argumentasi tentang relevansi semiotika bagi kajian kebudayaan dan kajian teknokultur dan keterkaitannya dengan kajian budaya yang mengkaji relasi kuasa (*power*) dan praktik budaya.

Pada Bagian 4 (empat bab), keseluruhan kerangka konseptual yang telah dipaparkan pada Bagian 2 hingga Bagian 3 tersebut kemudian diformulasikan menjadi modus-modus tentang tranformasi dalam teknokultur. Modus-modus ini selanjutnya diaplikasikan untuk menganalisis serangkain contoh empirik praktik (wisata) kuliner di Bandung (Bagian 5, terdiri dari sembilan bab). Meskipun tujuan utama ba\gian ini adalah menyajikan contoh empirik, tetapi sebelum pembahasan kasus akan dipaparkan terlebih dahulu konsepsi mengenai makanan sebagai teknokultur dan makanan entitas semiotis. Melalui analisis terhadap teknokultur kuliner inilah akan dicoba dilakukan kritik budaya terhadap kondisi kontemporer (gaya hidup) masyarakat urban Bandung. Sedangkan Bagian 6 (satu bab) akan menyimpulkan keseluruhan paparan buku ini, implikasi teoretik maupun praktikalnya, serta keterbatasan buku ini dan saran untuk agenda kajian teknokultur di waktu mendatang.[]

2

Teori Teknokultur

When intelligent people understand the relationship between culture and technology, they can evaluate the options and negotiate better choices.

Jennifer Slack & J. MacGregor Wise,
Culture and Technology: A Primer, 2005.

... when we usually speak of culture and technology, they are often considered separate entities; technology and culture are different things. We see this separation in discussions about the 'impact' of a technology on culture, or the way a culture might 'shape' a technology. The first of these is technological determinism, the idea that technologies drive cultural and social change. The second is cultural determinism, the idea that technologies are solely the product of culture, neutral objects there to do our bidding; that is, that culture necessarily shapes not only the possibilities for technologies but those technologies themselves. We also see this separation of culture and technology when we might consider culture as a context in which technology is to be inserted. ... This use of context assumes that ... culture is simply something in the background, something which can be considered later. […] But what if we take a slightly more robust view of culture?

J. MacGregor Wise, "Technological Culture", 2006, h. 1.

2

Teknologi sebagai Artefak Material Kehidupan Sehari-hari

Kita, tidak dapat tidak, hidup dalam dunia teknologis, kata filsuf teknologi Don Ihde[29] (dalam Lim, 2008: 1-2). Kita menyiapkan makanan dengan teknologi, memakainya sebagai pakaian. Kita, tentu saja, bekerja dengan teknologi; juga ketika membaca dan menulis—bahkan bermain dengannya. Kita memproduksi dan membelinya. Sesungguhnya, memang sangat jelas bahwa kehidupan kita sehari-hari tidak pernah lepas dari peran teknologi, baik dalam pengertiannya sebagai artefak (objek material), sebagai pengetahuan, maupun sebagai aktivitas.

Benarlah apa yang dikatakan Pinch, Ashmore, dan Mulkay (1992: 265): "*Technology, unlike science, is everywhere. We use it, we talk about it, we write about it, we construct fantasies around it, we may live by it, and we may die by it.*" Mengutip kata-kata filsuf teknologi Don Ihde (1990, dalam Lim 2008: 77), "*We live and move and have our being in the midst of our technologies. Our existence is technologically textured with respect the rhythms and spaces of daily life*," kata Ihde dalam *Technology and the Lifeworld: from Garden to Earth*. Jadi, dunia kehidupan kita dipenuhi dengan alat-alat teknologis.

Bahkan, begitu sesaknya kehidupan sehari-hari dengan objek-objek dan prosedur teknologis (yang kini semuanya terkomputerisasi dan terdigitalisasi agar segala urusan bisa dilakukan dengan serba-cepat), hingga teknologi dipandang bukan lagi semata sebagai sesuatu yang mempermudah kehidupan manusia, tetapi justru telah menjadi sejenis "monster" yang mengancam kebebasan manusia dan menghalangi mereka untuk bisa jeda sejenak dari hiruk-pikuk teknologi untuk mengendapkan pengalaman, merenungkan makna kehidupan, dan berpikir tentang pencapaian hari ini serta masa depan yang sesungguhnya dicitakan. Pandangan seperti inilah yang diungkapkan oleh Jonathan Coleman dalam esai pendeknya di majalah *Newsweek* (27 Maret 2000).

> *Every day when I walk out of my house I feel surrounded. Surrounded by mere civilians so loaded down with the latest equipment that any military commander would be envious. Cell phones, beepers, headsets, watches that both tell time and give good e-mailsmart, sleek, technological fashion statements that enable you to be reached any time, anywhere; devices that allow you to keep up and keep track and that keep you tethered to the daily grind. America is on the move, utterly self-absorbed, multitasking, busy, busy, busy.*

Metafora yang sangat baik untuk menggambarkan fenomena "keterkepungan" manusia oleh objek-objek teknologis itu pernah ditulis oleh Wang Miaoyang (1998, dalam Lim, 2008) dalam *book chapter* bertajuk "Development of Technology and Social Life":

> *Werner Heisenberg, the well-known German physicist and discoverer of quantum mechanics explained the nature of technology through an analogy with a spider and its web. Like technology, the web is a tool, yet the spider lives in that framework. ... 'The day*

will perhaps come when the relation of much of technology to the human is necessarily the same as that of a shell to its snail and of a web to its spider, that is, technology becomes part of our organism'. Humankind still will be the master, however, for the web can be repaired by the spider (h. 1).

Oleh sebab manusia tidak mungkin tidak melibatkan teknologi dalam kehidupan kesehariannya, maka, kata Ihde, hidup manusia sebenarnya sudah sepenuhnya dimediasikan oleh teknologi. Dunia kehidupan manusia merupakan dunia yang dikonstruksikan terutama oleh teknologi. Teknologi ikut membentuk dan mengubah budaya serta lingkungan fisik kehidupan manusia. Walhasil, dunia nonteknologis tidak mungkin ada dalam kenyataan dan hanya mungkin dalam teori saja. Dunia kehidupan tanpa teknologi adalah sebuah ilusi. Kenyataan inilah yang mengilhami sosiolog teknologi John Law dan Wiebe Bijker (1992) untuk menulis kesimpulan seperti ini:

All relations should be seen as both social and technical.... Purely social relations are found only in the imaginations of sociologists, among baboons, or possibly, on nudist beaches; and purely technical relations are found only in the wilder reaches of science fictions. This, then, is the postulate of heterogeneity—a postulate suggesting that both social determinism and its mirror image, technological determinism, are flawed. This is because neither (purely) social nor the (exclusively) technical is determinant in the last instance. Indeed, what we call the social is bound together as much as by the technical as by the social (h. 290).

Namun, ketika ditanyakan kepada orang kebanyakan perihal objek teknologis, jawaban yang lazim muncul adalah disebutkannya objek teknologis berupa mesin, khususnya mesin otomatik. Pada tingkat awam, pengertian teknologi seringkali direduksi sebagai sebatas mesin-mesin. Barangkali karena itulah, Pinch dkk. (1992) menulis kalimat yang terasa ironis:

Ethnographic studies of technology in the home show that if women are asked to classify which items they consider to be technologies, the home computer will almost certainly be included whereas the cooking stove almost certainly will not (h. 265).

Temuan studi etnografi itu adalah wajar karena umumnya orang memang tidak cukup menyadari bahwa setiap saat dalam kehidupannya ia menggunakan teknologi. Sebagai pengguna, orang umumnya mengasumsikan teknologi sebagai sesuatu yang jauh dari urusan mereka, hanya urusan eksklusif para inventor, insinyur, dan teknisi. Itu sebabnya, dalam sebuah teks yang dipublikasikan di situs *web* esst.unimaas.nl (2006), muncul kata-kata ini: "*although we are surrounded by technologies of various kinds, they have become almost invisible and we take them for granted.*" Pada titik itu, disadari adanya kesenjangan pemahaman antara khalayak awam dan para ilmuwan mengenai apakah teknologi itu.

Berbagai Pengertian Teknologi

Secara etimologis, menurut *The Classic Greek Dictionary* (1958, dalam Shenhar, 2004: 5), kata "*technology*" terbentuk dari dua kata, "*techno*" dan "*logy*". Sufik "*logy*" dalam kata "*technology*" itu berasal dari bahasa Yunani "*logos*" (λογος) yang berarti "*outward form by which the inward thought is expressed and made known*". Dalam bahasa-bahasa Eropa, "*logy*" kemudian berarti "*an idea or an expression of an idea*", dan dalam

khazanah ilmu pengetahuan modern dewasa ini, kata itu berarti sains (*science*) atau pengetahuan (*knowledge*). Sedangkan istilah "*techno*", yang juga berasal dari bahasa Yunani "*techne*" (τεχνη), berati "*art, skill, regular method of making*"; atau dalam hal ini maksudnya adalah sesuatu yang merupakan "buatan manusia" (*manmade*), sesuatu yang artifisial; dengan kata lain, sesuatu yang tidak alamiah atau tidak ditemukan di alam. Dari makna leksikal ini dapat disimpulkan bahwa "*techne*" dalam kata "*technology*" berarti, "*all those things one normally (and intuitively) perceives as technical*".

Perintis studi teknologi Lewis Munford, dalam *The Myth of the Machine* (1967, dalam Lim, 2008: 181), membedakan jenis-jenis teknologi ke dalam kategori perkakas (*utensils*), aparatus (*apparatus*), prasarana (*utilities*), alat (*tools*), dan mesin (*machines*). Kategorisasi ini tidak bersifat eksklusif, karena jenis teknologi tertentu mungkin digolongkan ke dalam beberapa kategori sekaligus. Secara konseptual, kategori yang dibuat Munford ini tampak masih sangat terbatas bila dibandingkan dengan konsep teknologi yang dikembangkan sosiolog dari Universitas Edinburgh Donald MacKenzie (bersama Judy Wajcman), dalam *The Social Shaping of Technology* (1985, dalam Bijker dkk., 1987: 3-4).

MacKenzie dan Wajcman mengkonsepsikan "teknologi" ke dalam tiga lapis pengertian. Pertama, teknologi sebagai objek fisik atau artefak, seperti sepeda, radio, televisi, komputer, atau reaktor nuklir; kedua, teknologi sebagai aktivitas atau proses, seperti pengolahan bahan-bahan makanan menjadi masakan, pembuatan atau pencetakan baja, atau pengolahan limbah radioaktif yang berasal dari PLTN; ketiga, teknologi sebagai pengetahuan untuk membuat atau melakukan sesuatu, seperti pengetahuan dalam membuat rumah, sepeda motor atau mobil, atau mengoperasikan peralatan USG (*ultrasonography*) dalam klinik kebidanan.

Definisi yang hampir serupa dikemukakan oleh Carl Mitcham yang meneropong teknologi melalui perspektif kemanusiaan (antropologis) dalam buku *Thinking Through Technology: The Path between Engineering and Philosophy* [1994]. Sebagaimana telah diringkas oleh Yuliar (2009: 22-37), Mitcham memformulasikan relasi antara manusia dan teknologi dalam empat modus, yaitu (1) teknologi sebagai objek dari aksi manusia (subjek); (2) teknologi sebagai pengetahuan manusia; (3) teknologi sebagai aktivitas manusia; dan (4) teknologi sebagai kehendak (*volition*) manusia. Pemahaman akan berbagai aspek dari keterpautan antara teknologi dan manusia ini menyediakan basis untuk mendiskusikan keterpautan teknologi dengan masyarakat.

Telepon genggam, komputer pribadi, pompa air, mesin bubut dan lain sebagainya merupakan benda-benda yang lazim dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Benda-benda tersebut dapat dipandang sebagai objektivikasi atau materialisasi kehendak dan pengetahuan manusia (perancang dan pemanufaktur). Dalam arti demikian, benda-benda itu dapat disebut sebagai objek teknis—yakni objek dari aktivitas subjek yang melibatkan pengetahuan teknis. Objek teknis mencakup semua artefak[30] material yang difabrikasi oleh manusia (h. 28-29).[31]

Pengetahuan teknis adalah pengetahuan yang berkembang melalui pembuatan dan penggunaan artefak. Pengetahuan ini mencakup: (1) keterampilan sensorimotor yang diraih melalui proses belajar secara *trial-error*, atau melalui kesepakatan untuk meniru seseorang yang dipercaya sebagai ahli; (2) kiat-kiat (*technical maxims*) yang dikembangkan untuk mengartikulasikan aktivitas membuat atau menggunakan artefak secara sukses; (3) kaidah empiris (*empirical rules*) yang menyerupai hukum saintifik

karena kaidahnya dideskripsikan secara eksplisit, tetapi bukan hukum saintifik karena aspek teoretiknya hanya implisit; dan (4) teori teknologis yang merupakan aplikasi dari teori-teori saintifik. Teknologi pra-modern lebih mengandalkan keterampilan sensorimotor, kiat-kiat dan hukum deskriptif, sedangkan teknologi modern menggunakan ini semuanya plus teori (saintifik) teknologi (h. 33-35).

Teknologi sebagai aktivitas manusia, atau aktivitas teknis, adalah aktivitas yang didorong oleh kehendak dan diarahkan oleh pengetahuan yang berkembang melalui pembuatan atau penggunaan artefak teknis. Aktivitas penggunaan ini mencakup manufaktur, pengoperasian, pengendalian, reparasi, pemeliharaan, dan pengelolaan. Sedangkan aktivitas pembuatan meliputi kriya (*craft*), karya seni, invensi, perancangan, dan konstruksi. Pembuatan atau penggunaan artefak teknis dapat mempengaruhi tubuh, persepsi manusia, dan, sampai batas tertentu, kehendak manusia (*ibid*: 38-39).[32]

Apa yang didefinisikan oleh Mitcham, tetapi tidak oleh MacKenzie dan Wajcman, adalah teknologi sebagai kehendak manusia. Teknologi, menurut Mitcham, dapat diasosiasikan dengan beragam motif, dorongan, kehendak, aspirasi, dan pilihan. Beberapa pakar mendeskripsikan teknologi sebagai: dorongan untuk bertahan hidup (*survive*), aspirasi akan kebebasan, dorongan untuk mencapai efisiensi, dan lainnya. Kisah perjuangan para inventor terkenal menggambarkan hal ini. Penemuan bentuk-bentuk media komunikasi seperti fonograf dan kamera gambar bergerak (*moving picture*) oleh Thomas A. Edison (1847-1931) dilatarbelakangi oleh cacat pendengaran yang dideritanya (h. 44-45).

Filsuf teknologi Martin Heidegger, dalam *The Question Concerning Technology and Other Essays* (1977, dalam Lim, 2008: 44), mengatakan bahwa pengertian teknologi sebagai objek atau sarana maupun sebagai aktivitas adalah saling melengkapi. Kedua definisi itu dapat disatukan, sebab untuk mencapai tujuan serta mengupayakan dan memanfaatkan sarana-sarana adalah suatu bentuk aktivitas manusia. Pembuatan dan pemanfaatan peralatan, alat dan mesin, benda yang dihasilkan dan digunakan, serta kebutuhan dan tujuan yang dipenuhinya, semuanya termasuk dalam teknologi.

Materialitas Teknologi

Berbagai pengertian teknologi yang dipaparkan di atas memperlihatkan kesamaan, bahwa teknologi berkenaan dengan objek teknis (artefak), aktivitas (penerapan metode dan pengetahuan teknis), dan pengetahuan (pengetahuan praktis, penalaran). Namun demikian, Ihde dalam *Philosophy of Technology: An Introduction* (1993) menyatakan bahwa dari ketiga aspek teknologi itu (artefak, aktivitas, dan pengetahuan), artefak—yang bersifat material—menjadi penanda yang paling jelas (dan mungkin menjadi ciri yang paling esensial) dari konsep teknologi. Menurut Ihde:

> *A technology must have some concrete component, some material element, to count as a technology…it must enter into some set of praxes, which humans may make of these components. And,…as part of the definition, [there is] a relation between the technologies and the human who use, design, make or modify the technologies* (h. 47).

Dalam karyanya yang lebih dulu, *Technology and the Lifeworld: From Garden to Earth* (1990: 124), Ihde mengatakan: "*I have been using the term 'technology' in a*

broad sense, equivalent to certain aspects of material culture". Pandangan serupa ini juga dikemukakan oleh filsuf teknologi Martijntje Smits (2001: 152) dalam artikelnya mengenai pemikiran Langdon Winner perihal implikasi politis dan moral dari teknologi modern. Smits mengatakan: "*... while politics was intimtaley bound up with the realization of human freedom, technology was associated with material necessity and with the eternal struggle against natural forces*".

Watak esensial dari materialitas teknologi ini juga dikemukakan oleh van Wyk dalam "Theory of Technology" (1995, dalam Shenoy, 2005): "*technology is the totality of means created by people to facilitate human activity*". Pandangan serupa, tetapi lebih eksplisit, dinyatakan oleh Aaron Shenhar dkk. (2004) yang menyatakan bahwa artefak, khususnya teknofak (*technofact*), adalah entitas elementer dari teknologi. Pendapat ini dikemukakannya setelah mempelajari berbagai definisi tentang teknologi yang ternyata masih problematik pada tingkat terminologi dasar.

> *Technology is perhaps the principal driver today for economic growth in many societies. …[but] there is still little agreement on terminology. This disagreement even exists at the fundamental level—on the definition of the word technology. It has also been claimed that the lack of a fundamental entity of technology poses a constraint for the development of a unifying theory. Such an entity may be equivalent to the term organism in biology. …we suggest going back to the origins. We explore the notion of* technofact, *as a possible fundamental building block for the definition and conceptualization of technology* (h. 2).

Teknofak dalam pengertian yang dimaksud oleh Shenhar dkk. tersebut adalah semua objek kreasi manusia yang dapat direproduksi atau dibuat ilang ["*man-made objects that can be reproduced*"]. Dengan kata lain, teknofak, menurut Shenhar, adalah, "*reproducible artifacts, commonly known as products, and are the equivalents of organisms in biology*" (h. 6).

Pandangan tentang materialitas teknologi ini dapat dijelaskan dengan argumen bahwa, meskipun pengetahuan ilmiah (*scientific knowledge*) adalah elemen dasar bagi teknologi, tetapi elemen material-lah yang kemudian menjadi penanda utama bagi teknologi. Elemen material menjadi penciri yang paling kuat dari teknologi karena elemen itu bersifat kasat mata (*tangible*) dan senantiasa terkait atau terlibat dalam setiap aktivitas (anggota) suatu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Di dalam elemen material atau artefak itulah tertanam (*embedded*) atau terbubuhkan (*inscribed*) pengetahuan, aktivitas, dan kehendak manusia—yakni semua elemen lain dari teknologi yang bersifat nonmaterial (*intangible*)—sebagai perancang dan pemanufaktur artefak atau objek teknis tersebut (bandingkan argumen ini dengan argumen Jolly dan White [1995: 306-307] mengenai konsep teknologi dalam antropologi dan arkeologi).

Paradigma yang dikembangkan oleh studi STS juga dapat dipinjam sebagai lensa teoretik yang mendukung argumen tentang materialitas teknologi ini. STS mempostulasikan bahwa masyarakat merupakan suatu kolektivitas (*collective*) yang terdiri dari dua elemen: elemen manusia (entitas sosial) dan elemen nonmanusia (entitas teknis/teknologis). ANT memandang masyarakat sebagai asosiasi-asosiasi heterogen yang terdiri dari elemen-elemen (sosial dan teknis/teknologis) yang tidak stabil, yang saling memengaruhi, dan yang mencoba mendefinisikan ulang secara terus-menerus (Syahrie, 2009). Pandangan ini, secara implisit, mengasumsikan perihal materialitas teknologi.[33] Pandangan serupa dikemukakan oleh Trevor Pinch dan Richard Swedberg (2008), pakar studi sains dan teknologi (*science and technology studies*). Pinch dan Swedberg menyatakan bahwa menjadikan materialitas

sebagai konsep sentral dalam kajiannya—suatu gagasan bahwa eksistensi “dunia sosial” tidak hanya melibatkan para aktor manusia dan relasi-relasi sosial, tetapi juga objek-objek teknis.

Relasi antara Manusia dan Teknologi

Apa yang telah dipaparkan mengenai konsep teknologi ini, selain menegaskan ciri esensial dari teknologi (yakni materialitas), juga menegaskan perihal kuatnya relasi antara manusia dan teknologi. Sebagaimana yang tergambar dalam konsep teknologi dari Mitcham, misalnya, teknologi itu bukan sekedar objek teknis (artefak) yang berperan sebagai alat yang dapat sangat efisien untuk memudahkan kehidupan manusia. Gambaran ini menegaskan adanya keterpautan yang erat antara teknologi dan masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh Yuliar (2008):

> Teknologi, seperti halnya ekonomi, politik dan hukum, memiliki peranan yang vital dalam kehidupan masyarakat. Teknologi berpautan erat dengan kehidupan manusia dan kehadiran tatanan sosial yang baru. Sebagai ilustrasi, perkembangan transportasi mulai dari kereta kuda, kapal laut, hingga pesawat terbang menyediakan mobilitas sosial yang makin tinggi, yang memungkinkan pertukaran kebudayaan antarbangsa. Perkembangan dalam konstruksi struktur dan arsitektur menghasilkan perumahan dan permukiman yang aman dan nyaman, menyediakan suasana yang tenang untuk mengatur urusan rumah tangga, belajar-mengajar di sekolah dan seminari, serta pengaturan berbagai urusan publik. Kota-kota dan desa-desa akan sulit direncanakan dan ditata perkembangannya bila tidak dibantu dengan devais (*device*) pencitraan jarak jauh dan berbagai instrumen untuk membuat peta-peta. Keteraturan kehidupan sosial baik di kota maupun di desa menjadi mungkin dengan adanya jala-jala listrik, jaringan irigasi dan pipa air minum, serta jalan-jalan raya. Aktivitas perdagangan dan ekonomi akan sulit dikoordinasikan tanpa adanya uang (kertas maupun logam), serta beragam jenis alat ukur dan [alat] tukar barang-barangm (h. 1).

Kutipan dari Yuliar tersebut menunjukkan bahwa teknologi bukanlah artefak (yang pasif) belaka karena teknologi (elemen non-manusia) memiliki peran “aktif” dalam konteks relasinya dengan manusia dan secara bersama-sama keduanya (manusia dan teknologi) membentuk apa yang disebut sebagai “masyarakat”. Dalam perspektif studi STS, khususnya perspektif ANT, diteorikan bahwa masyarakat adalah suatu entitas yang terbentuk dari asosiasi-asosiasi heterogen yang terdiri dari elemen-elemen manusia dan teknologi yang masing-masing berkarakter tidak stabil, yang saling memengaruhi dan mendefinisikan ulang secara terus menerus (Callon, 1990; lihat pula Syahrie, 2009; untuk pengantar yang esensial mengenai ANT, lihat Latour, 2005).

Peran “aktif” teknologi dalam setiap peristiwa sosial tersebut ditandaskan oleh salah seorang teoretikus terkemuka ANT Bruno Latour (1992b) dalam artikelnya, “Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Door”. Latour berlogika dalam kata-kata seperti ini: “*every time you want to know what a non-human does, simply imagine what other humans or other non-humans would have to do were this character not present*”. Itu sebabnya, Webb Keane (2006: 200), yang menyitir pendapat Lator dalam *We have Never been Modern*, meyindir mereka yang mengasumsikan keterpisahan antara manusia dan teknologi dengan kalimat seperti ini: “*... the very distinction between humans and things is the results of historically specific effort at purification which denies ‘hybrids’ ... of humans and things*”.

Gambaran dari Mitcham dan Latour tersebut menegaskan bahwa teknologi, lebih dari sekedar alat yang bisa sangat berguna bagi manusia, adalah entitas non-manusia yang bisa mengubah cara pandang manusia tentang dunia—dan oleh sebab itu teknologi adalah entitas yang tidak pernah bebas nilai (*value-free*). Ihde (1990, dalam Lim, 2008), telah membahas secara mendalam hubungan yang saling mentransformasikan antara manusia dan teknologi ini. Menurut Ihde, penggunaan teknologi dalam wujud alat mengubah pengalaman dan persepsi manusia (h. 81-82). Persepsi manusia terhadap dunia kehidupan berubah apabila teknologi dijadikan mediator antara manusia dan dunia kehidupan. Perspesi langsung manusia tanpa teknologi berbeda dengan persepsi manusia ketika ia menggunakan alat atau instrumen karena persepsi tersebut sudah dimediasikan oleh alat atau instrumen itu. Menurut Ihde, dengan teknologi pula cara manusia mengalami dunia diubah secara ontologis.[34]

Pengkaji STS Sonny Yuliar (2009) juga telah membahas transformasi pengalaman manusia melalui objek teknologis, tetapi dengan menggunakan contoh-contoh yang berbeda. Sebuah objek teknis, kata Yuliar (h. 26), bukan sekadar benda material yang dikenai tindakan manusia, atau sekadar sebagai alat bantu untuk mencapai tujuan manusia. Suatu tranformasi pengalaman (fenomenologis) terjadi melalui penggunaan objek-objek teknologis. Untuk mendukung argumen ini, Yuliar mengetengahkan perbandingan penggunaan dua jenis perkakas, perkakas tangan (*hand-tool*) rusak dan perkakas daya (*power tool*). Melalui keterlibatan tubuh manusia dan kebergantungan mesin/perkakas pada energi dan indera manusia, suatu jenis pengetahuan intuitif bisa berkembang. Jika perkakas tangan rusak, seorang pengguna dapat langsung menduga di mana sumber kerusakan ini berdasarkan pengalamannya. Tetapi, ketika perkakas tangan digantikan oleh perkakas daya yang menggunakan energi yang berasal dari luar tubuh manusia, peranan pengguna direduksi menjadi sebatas pengendali. Dalam pengoperasian perkakas daya, relasi antara tubuh (dan anggota tubuh) manusia dan perkakas tersebut direduksi.[35]

Sebagai ilustrasi, Yuliar (2009: 26) memberikan contoh pengalaman manusia menggunakan gergaji. Ketika menggunakan gergaji mekanis, pengguna dapat merasakan apakah batang kayu yang digergaji itu sifatnya keras atau rapuh, kasar atau halus. Tetapi dengan gergaji elektrik, sifat-sifat fisis kayu tersebut kurang dapat dirasakan. Seorang operator mesin elektrik biasanya tidak lagi dapat segera mengenali perubahan-perubahan fisis dalam mesin tersebut. Jadi, meskipun dengan gergaji elektrik manusia menjadi sangat terbantu, pada saat yang sama hubungan antara manusia dengan perkakas tersebut menjadi tereduksi. Amplifikasi energi yang didapatkan seorang pengguna gergaji elektrik harus dibayar dengan tereduksinya hubungan antara pengguna tersebut dengan komponen-komponen gergaji dan dengan benda yang dipotong.

Jadi, suatu instrumen dapat meningkatkan kapabilitas manusia, tetapi pada saat yang sama membatasi akses manusia ke alam material. Dengan perkataan lain, instrumen memberikan efek amplifikasi bagi manusia, tetapi pada saat yang sama mereduksi relasi manusia dengan alam material. Dalam kasus komputerisasi pengoperasian sistem-sistem mekanik berskala besar (h. 27), keterampilan pekerja industri mengalami transformasi dari menghasilkan dan mengolah informasi menjadi memantau aliran informasi.[36] Jadi, meski mesin otomatis menyediakan perluasan kognitif dan sensorik (efek amplifikasi), pada saat yang sama mesin tersebut mereduksi dan membatasi interaksi manusia dengan lingkungannya.

Efek amplifikasi dan reduksi yang dialami manusia melalui penggunaan objek teknologis juga didiskusikan oleh Ihde (dalam Lim, 2008: 85-86). Setiap penajaman atau peningkatan ciri tertentu disertai reduksi ciri yang lain. Dengan memagnifikasi[37] suatu objek secara optik, objek tersebut dibawa dari kedudukan latar belakang (*background*) ke kedudukan di latar depan (*foreground*), dihadirkan ke hadapan si pengamat. Akan tetapi, pada saat yang sama terjadi reduksi pada lingkungan sebelumnya. Perubahan yang tidak netral ini berlaku untuk semua jenis alat teknologi. Melalui magnifikasi, apa yang sebelumnya tidak diketahui menjadi dapat diketahui. Hal ini dapat ditunjukkan dengan contoh teleskop dan mikroskop yang telah membuka wawasan manusia tentang alam semesta dan alam mikroskopik.[38]Demikianlah, berkat teknologi manusia memasuki dunia baru makropersepsi dan mikropersepsi yang sebelumnya tidak diketahui. Hanya melalui perubahan pengalaman yang diakibatkan oleh alat, ciri baru realitas muncul dalam horison pengalaman perseptual manusia.[39]

Ihde (dalam Lim, 2008) juga mengemukakan berbagai contoh perihal bagaimana teknologi dapat mengubah persepsi manusia. Arloji telah mengubah persepsi ihwal waktu. Dengan konsep jam, waktu dapat diukur, dikuantifikasi, dan dimediasikan oleh teknologi (arloji).[40] Teknologi juga mengubah persepsi ihwal ruang.[41] Teknologi pula—melalui tulisan—yang mentransformasi persepsi dan pemahaman manusia mengenai bahasa dan selanjutnya merevolusi khazanah pengetahuan manusia. Budaya yang menggunakan bahasa tulisan mampu mengakumulasi pengetahuan dalam jumlah yang berlipat kali lebih banyak daripada yang berbahasa lisan. Tulisan juga menghasilkan bahasa yang ”bebas konteks” dan ”otonom” karena bahasa tulisan terpisah dari penulisnya—sedangkan bahas lisan tidak dapat terpisah dari penuturnya. Tulisan, dan kemudian percetakan dan komputer, merupakan cara menteknologikan bahasa. Di sini tampak bahwa teknologi bahasa mentransformasikan bahasa itu sendiri dan pengalaman manusia akan cara berkomunikasi lewat bahasa.[42]

Untuk memperkaya pemahaman mengenai relasi saling mentransformasikan antara manusia dan teknologi, dikutipkan dalam paragraf panjang di bawah ini contoh-contoh lain yang telah dirangkum oleh Yuliar (2009):

> Mesin-mesin komputasi berkapasitas besar memungkinkan manusia mengkalkulasi begitu banyak hal dalam hitungan detik dan menyimpan hasilnya puluhan tahun. Dengan cara demikian, teknologi memperluas jangkauan dan kapasitas indera, persepsi, dan pikiran manusia. Teknologi medis memungkinkan penanaman ‘jantung buatan’ yang dapat memperpanjang umur manusia; teknologi kecantikan dan olahraga mengubah penampilan manusia dan membentuk keterampilan tubuh. Hal ini membawa perubahan dalam cara pandang manusia atas dirinya sendiri.
>
> Teknologi juga menyediakan cara bagi masyarakat untuk mempersepsikan dirinya sendiri. Jala-jala listrik, generator pembangkit, dan sumber-sumber energi yang dikelola terpusat memperjelas siapa rakyat—yang dilayani—dan siapa pemerintah—yang menyediakan layanan. Tanpa infrastruktur akan sulit dibayangkan adanya layanan massal dan garis pembeda antara publik dan pemerintah akan menjadi kabur. Berbagai instrumen perekam transaksi dan pembayaran pajak memungkinkan para ahli ekonomi menghitung indikator-indikator makro, seperti produk domestok bruto (PDB) dan menilai status kesejahteraan mansyarakat. Statistika dan berbagai perangkat sensus menyediakan cara untuk membuat pembedaan antara kelompok prasejahtera dan kelompok sejahtera.
>
> Dalam catatan ahli sejarah teknologi, hadirnya mesin uap di awal Revolusi Industri (abad ke-17) bukan hanya menandai perubahan radikal dalam moda produksi, tetapi sekaligus perubahan yang radikal dalam struktur sosial dan ekonomi. Mesin-mesin uap

menyediakan akses ke sumber energi yang dimiliki alam dan sekaligus menstabilkan posisi pemiliknya (kelompok kapitalis). Dengan cara seperti ini, garis batas antara kapitalis dan buruh menjadi tegas (h. 1-2).

Selain mentransformasi pengalaman dan persepsi manusia, teknologi secara intrinsik juga dapat berwatak politis—hal ini semakin memperkuat asumsi ketakterpisahan antara manusia dan teknologi. Contoh terbaik barangkali adalah kasus yang diangkat oleh Langdon Winner (dalam Yuliar, 2009: 3) dalam sebuah artikel yang kemudian menjadi sangat terkenal, "*Do Artefacts Have Politics?*".[43] Kasus ini memperlihatkan bagaimana konstruksi teknologi jalan-jalan layang yang melintas di atas jalan-jalan raya yang menghubungkan Manhattan dengan Long Island, Amerika Serikat, dirancang dengan memberlakukan batas ketinggian tertentu yang membuat bus-bus bertingkat tidak bisa melewati jalan-jalan di bawahnya. Padahal, hanya bus-bus bertingkat yang dapat dijangkau tarifnya oleh komunitas miskin berkulit hitam yang tinggal di Harlem. Konstruksi jalan-jalan yang seperti itu telah menghalangi komunitas kulit hitam Harlem untuk bisa mengunjungi lokasi wisata di Long Island yang dihuni oleh komunitas *commuter* yang kaya. Winner, profesor ilmu politik pada Departement of Science and Technology Studies di Rensselaer Politechnic Institute, New York, menunjukkan bagaimana rancangan dan konstruksi teknologi dapat memanifestasikan nilai-nilai sosial yang diskriminatif.

Contoh lain ihwal watak politis teknologi adalah kasus program Satelit Komunikasi Palapa di Indonesia pada akhir 1970-an yang diangkat oleh Joshua D. Barker (dalam Yuliar, 2009: 3) dalam laporan penelitiannya pada 2001 yang bertajuk "Social Construction of Telematics: The Indonesia's Context". Implementasi program tersebut, yang diikuti implementasi program televisi masuk desa (oleh TVRI—Televisi Republik Indonesia) tetapi tidak diikuti pengembangan jumlah saluran telepon, menunjukkan bagaimana konstruksi sistem telekomunikasi memberlakukan pola komunikasi terpusat dan satu arah (dari Jakarta ke seluruh daerah). Walhasil, sementara komunikasi antardaerah melalui telepon tidak terfasilitasi secara memadai, berbagai kepentingan pemerintah pusat dapat disebarluaskan secara cepat ke seluruh pelososk negeri melalui siaran televisi. Pola komunikasi yang sentralistik ini menghalangi terjadinya komunikasi lintasbudaya yang sangat penting dalam masyarakat yang multikultur seperti Indonesia.

Muatan politis-ideologis dalam teknologi juga muncul dalam wacana maskulinitas teknologi (*ibid*: 38-39). Sebagian besar peralatan teknologis, mesin-mesin, dan lingkungan kerja industri dirancang dengan merujuk pada fisiologi tubuh laki-laki sehingga tidak dapat memberikan kenyamanan bagi umumnya pekerja perempuan. Permasalahan yang muncul dari isu ini adalah soal diskriminasi gender. Sebab, gender itu sendiri bukanlah produk sejarah biologis, melainkan hasil dari konstruksi sosiokultural dan historis. Tampaknya, pertumbuhan teknologi industrial memang menjadi bagian dari sejarah diskriminasi gender yang efeknya adalah melanggengkan hegemoni laki-laki. Bahkan, bukan hanya teknologi, karakter sains modern pun berkualitas maskulin (selidiki, kuasai, eksploitasi). Alam, yang berkualitas feminin (pemeliharaan, harmonisasi), diposisikan sebagai objek eksploitasi sains.

Karakter politis juga *inherent* pada beberapa jenis teknologi sehingga membuat teknologi itu sulit untuk dipandang bebas nilai. Ketika perkakas daya (*power tool*) mengkonsentrasikan energi yang besar di tangan seorang pengguna, perkakas tersebut membawa implikasi suatu pergeseran (*translation*) relasi dalam tatanan sosial. Orang yang memiliki perkakas daya tersebut mendapatkan sumber kekuatan yang lebih besar

dari pada mereka yang tidak memilikinya. Sebagai ilustrasi, seorang penebang pohon dengan gergaji elektrik mampu menebang jauh lebih banyak pohon dari pada seorang penebang pohon dengan gergaji mekanis. Perbedaan kuasa muncul di sini lantaran faktor teknis, yakni melalui penggunaan dua jenis mesin yang berbeda.[44] Dapat dikatakan di sini bahwa mesin-mesin elektrik membuka akses yang lebih besar (daripada mesin-mesin mekanis) bagi manusia ke berbagai sumber energi di alam. Jadi, mesin-mesin yang berbeda menyediakan akses yang berbeda ke sumber-sumber energi yang dikandung alam. Dengan cara ini, kehadiran objek teknologis menggeser relasi kuasa.[45]

Contoh-contoh yang dipaparkan di atas menunjukkan bahwa teknologi adalah entitas yang sarat nilai (*value laden*). Dengan demikian, seperti disimpulkan oleh Yuliar (2009), konteks nilai-nilai dan politik, adalah dimensi yang penting diperhatikan dalam upaya memahami hakikat teknologi. Teknologi dikembangkan dan digunakan oleh kelompok-kelompok sosial yang masing-masing memiliki nilai, kepentingan, dan tujuan tertentu. Perbedaan-perbedaan dapat terjadi antara kelompok-kelompok sosial tersebut baik dalam nilai, kepentingan, maupun tujuan. ”Hal ini mendefinisikan situasi-situasi politis yang memainkan peran penting dalam mengarahkan lintasan perkembangan teknologis” (*ibid*: 3-4).

Demikianlah pengertian teknologi, beserta ciri esensial serta karakter-karakternya, dikonsepsikan dalam kajian ini. Sebagai penutup uraian ini, saya kutipkan pemikiran Alfred Gell dalam *Art and Agency: An Anthropological Theory* (dalam Keane, 2006:) mengenai karakter ”hibrid” yang terbentuk dalam jalinan interaktif antara manusia dan teknologi. Dalam hibriditas ini, peran manusia menjadi seperti halnya suatu objek teknis [*object-like qualities of humans*]; sebaliknya, objek teknis memainkan peranan sebagaimana manusia (watak antropomorfis) [*objects seem to contain some of the attributes that define human agency*],[46] dan kedua komponen itu saling menopang untuk membentuk ”sesuatu”. Dengan mengambil contoh senjata bagi seorang tentara, Gell—dalam kata-kata Keane—berargumen: …*the soldier's weapon is not merely an object that is appropriated by an acting subject. Rather, it is a necessary component of the soldier's agency; that is, the 'soldier' is a totality composed of the person plus the weapon* (h. 200).[]

3

Budaya sebagai Dimensi Maknawi dari Praktik Sosial

Ambiguitas konsep budaya sudah sangat dikenal. Seperti dicatat Saifuddin (2005), beberapa antropolog menganggap budaya sebagai perilaku sosial. Bagi yang lain, budaya sama sekali bukan perilaku, melainkan abstraksi perilaku. Bagi sebagian orang, kapak batu dan tembikar, tarian dan musik, mode dan gaya merupakan budaya. Sementara, tak ada objek material bisa dikategorikan sebagai budaya bagi orang lain. Namun, bagi yang lain lagi, budaya hanya ada dalam pikiran. Karena ambiguitasnya itulah, seperti dikatakan antropolog Roger Keesing (1999: 67), konsepsi antropologis tentang budaya merupakan salah satu gagasan paling penting dan berpengaruh dalam pemikiran abd ke-20.

Barangkali, itu pula sebab yang membuat teoretikus budaya Raymond Williams, profesor drama di Universitas Cambridge, dalam *Keywords* (1976, dalam Milner & Browitt, 2002: 2), mengatakan bahwa budaya (*culture*) merupakan salah satu dari dua atau tiga kata yang sangat rumit dalam bahasa Inggris.[47] Lebih belakangan, Geoffry Hartman, professor sastra bandingan (*comparative literature*) di Universitas Yale, dalam *The Fateful Question of Culture* (1997, *ibid*: 3), menyebut budaya sebagai "*an inflammatory word*".[48] Jauh sebelumnya, pada 1952, antropolog Alfred Kroeber dan Clyde Kluckhohn pernah mengumpulkan sebanyak mungkin definisi tentang kebudayaan yang pernah dinyatakan orang dalam tulisan. Hasilnya, terdapat sedikitnya 160 definisi yang kemudian mereka bukukan dalam *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions.*[49]

Dalam tradisi kajian budaya (*cultural studies*), yang mendefinisikan kebudayaan dalam maknanya yang khusus, pun banyak pemikir yang secara eksplisit menyatakan perihal ambiguitas konsep kebudayaan. Stuart Hall (1996), pemikir terkemuka kajian budaya, menyatakan bahwa "'*culture' was the site of convergence. ... The fact is that no single, unproblematic definitions of 'culture' is to be found here. The concept remains a complex one—a site of convergent interests, rather than a logically or conceptually clarified idea*" (h. 33). Ien Ang (1996), pemikir kajian budaya dari generasi yang lebih kemudian, juga menegaskan hal yang sama. "*The term 'culture' is so widely used and its meaning so elusive that its current prominence could obscure the fact that its analysis is being undertaken from a diversity of perspectives and approaches*" (h. 237).

Evolusi Pengertian Kebudayaan

Ambiguitas konsep budaya itu tidak bisa dipisahkan dari sejarahnya yang sudah sangat panjang. Karya Willimas, *Culture and Society 1780-1950* (1958), yang memetakan empat penggunaan istilah "kebudayaan" yang berkembang hingga dasawarsa 1950-an), menunjukkan betapa konsep mengenai kebudayaan atau kultur itu sudah sangat tua. Kata Latin-nya, "*cultura*", yang merujuk pada makna "pengolahan tanah" (*cultivation*), bahkan sudah dikenal pada Abad Pertengahan di Eropa. Kata ini kemudian diadopsi ke dalam

bahasa Inggris menjadi "*culture*" sejak abad ke-15 (*Merriam-Webster's Collegiate Dictionary*, 2003). Secara etimologis, seperti dipaparkan Ritter (1986: 94-96), istilah dalam dunia pertanian itu kemudian digunakan oleh filsuf Cicero pada masa Renaisans ke dalam dunia sosial dengan mengenalkan frasa "*culture of the soul*". Sejak saat itulah, sekitar abad ke-16, kata ini lebih terujuk dengan makna sosialnya, yaitu perkembangan intelektual dan emosional individu maupun masyarakat sebagai hasil dari "pengolahan jiwa" manusia.

Makna seperti itulah yang kemudian digunakan oleh Matthew Arnold (1822-1888) dalam *Culture and Anarchy* (1869, dikutip Barker, 2004: 38).[50] Arnold, sastrawan dan budayawan Inggris, mendefinisikan kebudayaan sebagai "hal terbaik yang telah dipikirkan dan dikatakan di dunia ini" [*the best that has been said and thought in the world*], dengan "membaca, mengamati, dan berpikir tentang sarana menuju ke arah kesempurnaan moral dan kebajikan sosial". Tetapi, demikian Arnold menyimpulkan, "kebudayaan sebagai bentuk peradaban manusia telah digoyang oleh anarki massa kasar yang tak berperadaban". Dengan demikian, argumen estetis dan normatif yang dikemukakan Arnold adalah justifikasi atas apa yang biasa disebut sebagai "budaya tinggi".[51] Kebudayaan, dengan demikian, berarti pencapaian tertinggi dan khas dari suatu masyarakat (Sugiharto, 2006: 5). Sejarawan kebudayaan Jacob Burrckhardt dalam bukunya yang terkenal, *Die Cultur der Renaissance in Italien* (1860), memakai istilah kebudayaan dalam arti tersebut. Di sini istilah kebudayaan menjadi dekat maknanya dengan istilah peradaban (*civilization*).

Pengertian lain tentang kebudayaan dikemukakan oleh seorang filsuf Jerman yang sangat meminati bidang antropologi kultural, Johan Gottfried Herder (1744-1803). Herder mendefinisikan kebudayaan sebagai "totalitas cara hidup suatu masyarakat". Definisi yang lebih berwatak netral dan deskriptif ini kemudian dikembangkan dan digunakan oleh para antropolog sepanjang akhir abad ke-19 hingga pertengahan abad ke-20. Dalam antropologi akhir abad ke-19 itu, istilah "budaya" secara kolektif merujuk pada masyarakat dan cara hidup mereka (Gunawan, 2007). Definisi tertua mengenai budaya dalam disiplin antropologi dikemukakan oleh Edward B. Tylor (1832-1917),[52] antropolog generasi pertama asal Inggris, dalam baris-baris pembukaan bukunya, *Primitive Culture* [1871]. "Budaya adalah keseluruhan hal yang kompleks termasuk pengetahuan, kepercayaan, seni, moral/kesusilaan, hukum, adat istiadat, dan kemampuan serta kebiasaan lain yang dipelajari manusia sebagai anggota masyarakat" (Bohannan & Glazer, 1988: 61-78, Keesing, 1999: 68). Sedangkan Margaret Mead (1901-1978), antropolog perempuan Amerika Serikat generasi paling awal, mendefinisikan budaya sebagai perilaku pembelajaran sebuah masyarakat.

Frasa baru dalam konsepsi tentang kebudayaan—yakni "totalitas cara hidup suatu masyarakat"—yang diintroduksi oleh Herder tersebut kemudian juga diadopsi oleh sejarawan budaya Karl Lamprecht (1856-1915) yang mengartikan budaya sebagai "*the totality of life to which people gives expression*". Langkah ini diikuti oleh sejarawan Ernst Bernheim dalam *Lehrbuch der Historischen Methode* (1889) yang merumuskan kebudayaan sebagai suatu "*totality of the forms and processes of social life, of the means and results of work, spiritual as well as material*". Tercakup dalam definisi kebudayaan yang ditawarkan Bernheim ini, lebih dari sekedar aspek intelektual dan spiritual masyarakat, adalah objek-objek teknologis. Definisi yang "serba-mencakup" ala antropologi ini kemudian sangat kuat pengaruhnya dalam kajian sejarah, terutama sejarah kebudayaan, hingga 1960-an (Ritter, 1986: 96).[53] Pada arah lain, konsepsi tentang kebudayaan juga digagas oleh sejarawan Gustav E. Klemm. Dalam sepuluh volume karyanya yang bertajuk

Algemeine Culturgeschichte der Menschheit (1843-52), Klemm mendefinisikan kebudayaan sebagai "*the general pattern of life of a particular human group*" (Ritter, 1986: 96). Pengertian kebudayaan sebagai "jalinan yang terpola" (*interlocking pattern*) tersebut sebenarnya sudah muncul dalam karya Burrckhardt, tetapi hanya tersirat. Kelak, frasa tersebut muncul dalam definisi kebudayaan yang dikembangkan oleh beberapa tradisi pemikiran dalam antropologi, terutama antropologi struktural dan antropologi simbolik.

Pasca-1945, konsepsi antropologi mengenai kebudayaan yang diadopsi dari gagasan Herder tersebut telah memicu gerakan pembukaan program studi kajian wilayah (*area studies*) di universitas-universitas Amerika Serikat, khususnya program Kajian Amerika (*American Studies*). Hal ini terjadi karena pengertian "cara hidup suatu masyarakat" mengandung makna bahwa setiap masyarakat memiliki kekhasannya masing-masing menyangkut kebiasaan-kebiasaan dalam kehidupan mereka. Oleh sebab itulah, di kalangan ilmuwan sosial-humaniora saat itu—bahkan hingga belum lama sebelum sekarang ini—merupakan hal yang lumrah apabila mereka berbicara, misalnya, tentang "budaya Jepang", "budaya Amerika", dan sejenisnya. Namun, dalam perkembangannya lebih lanjut, seperti diungkapkan oleh Keesing (1999 [1989]):

> ... pengertian budaya yang tersirat dalam pemakaian istilah tadi telah terbukti terlalu luas dan terlalu tumpul untuk menggambarkan unsur-unsur pokok perilaku manusia. Reaksi dari beberapa pakar ialah membuang istilah tersebut sebagai piranti konseptual utama; tanggapan pihak lainnya lagi ialah mempertajam dan mempersempit instrumennya agar bisa lebih tepat (h. 68).

Banyak ilmuwan yang berkecimpung dalam disiplin kajian wilayah itu yang juga menyadari perlunya merumuskan ulang konsep kebudayaan dengan cakupan yang lebih sempit—sehingga dapat menjadi piranti konseptual yang lebih operasional—yang bertitik tekan pada gagasan budaya sebagai dimensi ideasional (*ideational component*) di balik pola-pola perilaku sosial manusia (Ritter, 1986: 96). Inilah yang merupakan elemen-elemen kunci dalam cara hidup suatu masyarakat, yakni aspek simbolik dari pola-pola perilaku sosial mereka—atau kebudayaannya.

Antropolog Amerika Serikat Clyde Kluckhohn adalah termasuk antropolog yang paling awal menyambut gagasan tersebut. Dalam artikelnya yang ditulis bersama W. H. Kelly, "The Concept of Culture" (dalam *The Science of Man in the World Culture*, 1945), Kluckhohn mendefinisikan budaya sebagaia "*all those historically created designs for living, explicit and implicit, rational, irrational, and nonrational, which exist at any given time as potential guides for the behavior of men*". Kemudian, dalam *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions* (1952), Kluckhohn (bersama Alfred L. Kroeber) mendefinisikan budaya sebagai "*consists of patterns, explicit and implicit, of and for behavior acquired and transmitted by symbols, constituting the distinctive achievements of human groups, including their embodiments in artefacts; the essential core of culture consists of traditional (i.e. historically derived and selected) ideas and especially their attached values*." Terakhir, dalam *Mirror for Man* (1961, dalam Pânzaru, 2007) Kluckhohn mengemukakan gagasan tentang kebudayaan sebagai "*a mentally constructed, behaviourally and cognitively organised structure that has about a dozen aspects to be paid attention to: culture is …a way of thinking, feeling and believing, an abstraction from behaviour*".'[54]

Konsepsi antropologis tentang budaya yang mula-mula dikembangkan oleh Kluckhohn itulah yang kemudian diadopsi oleh kebanyakan antropolog dan ilmuwan sosial lainnya hingga sekarang ini. Dalam konsepsi yang melukiskan budaya sebagai entitas "mentalistik"

itu, demikian Keesing (1999: 68) menyimpulkan, budaya lebih diartikan sebagai himpunan pengalaman—yakni sesuatu yang bersifat mental—yang dipelajari. Suatu budaya, misalnya budaya Jepang, mengacu pada pola-pola perilaku (dan pola-pola ini sejatinya mengekspresikan nilai-nilai dan makna-makna yang dihayati bersama) yang ditularkan secara sosial, yang merupakan kekhususan kelompok sosial tertentu. Di sini istilah budaya lebih terlihat sebagai semacam "sistem pemikiran". Budaya dalam pengertian ini mencakup sistem gagasan yang dimiliki bersama, sistem konsep, aturan, serta makna yang mendasari dan diungkapkan dalam tata cara kehidupan manusia. Budaya yang didefinisikan seperti itu mengacu lebih pada hal-hal yang *dipelajari* manusia—daripada hal-hal yang mereka kerjakan dan perbuat.

Definisi budaya yang dikemukakan oleh sosiolog Universitas Harvard Orlando Patterson (2006), pengarang buku *Freedom in the Making of Western Culture* yang memenangi National Book Award pada 1991, kiranya dapat mewakili kecenderungan dilakukannya penajaman konsep budaya tersebut pada kurun mutakhir.

> Menurut saya, budaya adalah sebuah repertoir ide yang secara sosial ditularkan dan dibangkitkan secara intragenerasi mengenai bagaimana hidup dan membuat penilaian, baik dalam pengertian umum dan yang terkait dengan wilayah kehidupan yang spesifik (h. 309).

Dalam konteks ini, antropolog Clifford Geertz,[55] ahli Indonesia dari Universitas Princeton, barangkali adalah pemikir budaya yang paling berhasil mengembangkan lebih lanjut konsepsi kebudayaan dari Kluckhohn tersebut sehingga menjadi piranti konseptual yang lebih tajam dan lebih operasional. Apa yang sekarang dikenal oleh para ilmuwan sosial-humaniora sebagai "interpretivisme simbolik"—juga disebut "antropologi simbolik" atau "antropologi interpretif"[56]—yang merupakan salah satu paradigma kuat dalam antropologi saat ini, adalah buah pikiran dari Geertz dan para pengikutnya. Budaya dalam konsepsi Geertz ini, sebagaimana akan dipaparkan pada bagian berikut, berbeda dari konsepsi-konsepsi pada beberapa dasawarsa sebelumnya (pasca-1945 hingga terbitnya karya Geertz pada 1973), selain mengacu pada hal-hal yang *dipelajari*, juga merujuk pada hal-hal yang *diperbuat* manusia dalam kehidupan mereka sehari-hari. Dalam pengertian ini, budaya lebih mengacu pada "struktur-struktur makna yang dibangun secara sosial" daripada "pola-pola perilaku yang ditularkan secara sosial".

Konsep Kebudayaan dari Geertz

Dalam bukunya yang terkenal, *The Interpretation of Cultures* (1973: 4-5), antropolog Clifford Geertz menulis:

> *The concept of culture I espouse. . . is essentially a semiotic one. Believing, with Max Weber, that man is an animal suspended in webs of significance he himself has spun, I take culture to be those webs, and the analysis of it to be therefore not an experimental science in search of law but an interpretative one in search of meaning*.

Dalam buku itu Geertz (dalam Saifuddin, 2005: 298, 307) juga menyatakan bahwa kebudayaan mengacu kepada suatu pola makna yang terkandung dalam simbol yang ditransmisikan, suatu sistem konsepsi-konsepsi yang diwariskan yang diekspresikan dalam bentuk-bentuk simbolik yang melalui bentuk-bentuk simbolik itu manusia mengomunikasikan, memelihara, dan mengembangkan pengetahuan mereka mengenai

dan bersikap terhadap kehidupan. Di sini Gertz memandang konteks kebudayaan sebagai jejaring makna (*web of meaning*) yang dirajut manusia dan di dalamnya mereka mengoperasionalisasikan makna-makna itu—seolah mereka melaksanakan kegiatan sehari-hari. Jadi, asumsi mendasar dari interpretivisme simbolik adalah bahwa kebudayaan terdiri dari struktur-struktur makna yang dibangun secara sosial. Dalam konteks ini, istilah "makna" mengacu kepada pola-pola interpretasi dan perspektif yang dimiliki bersama yang mengejawantah dalam simbol-simbol yang dengan simbol-simbol itu manusia mengembangkan dan mengomunikasikan pengetahuan mereka mengenai dan bersikap terhadap kehidupan (*ibid*: 303).

Melalui konsep budaya yang seperti itu, Geertz bermaksud mendefinisikan ulang konsep kebudayaan dari para antropolog sebelumnya agar cakupannya lebih sempit dan khusus. Dengan kata lain, definisi itu diharapkannya dapat menjadi konsep yang lebih kuat untuk mengganti "keseluruhan hal yang kompleks" dari Edward B. Tylor yang dianggapnya kabur.[57] Melalui definisi budaya yang bersifat semiotis itu, Geertz secara implisit juga hendak menyanggah konsep budaya dari antropolog J.J. Honigmann dalam *The World of Man* [1959] yang mengkategorikan benda-benda (*artefacts*) dan peristiwa-peristiwa sosial (*activity*)—selain gagasan-gagasan (*ideas*)—ke dalam cakupan pengertian budaya. Padahal, seperti dikatakan oleh Keesing (1999: 70), budaya tidak terdiri dari benda-benda dan peristiwa-peristiwa yang dapat diamati, dihitung, dan diukur. Budaya, dalam konsepsi Geertz, terdiri dari gagasan-gagasan dan makna-makna yang dimiliki bersama oleh suatu masyarakat.[58, 59]

Konsepsi Geertz tentang kebudayaan yang berperspektif interpretif atau hermeneutis itu memperoleh bentuknya yang lebih mapan melalui karya berikutnya, *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology* [1983]. Dalam buku ini, Geertz (dalam Saifuddin, 2005: 304) menyatakan bahwa "kajian interpretif mengenai kebudayaan merepresentasikan suatu upaya untuk mengkaji diversitas cara-cara manusia mengonstruksi kehidupan mereka dalam upaya menciptakan keteraturan kehidupan mereka". Konsepsi Geertz mengenai kebudayaan sebagai "makna yang dimiliki bersama" dikukuhkan kembali dalam buku ini.

Melalui kedua buku itulah Geertz ditahbiskan oleh koleganya, para antropolog, sebagai "pendiri" pendekatan interpretif dalam antropologi, atau 'antropologi interpretif'. Disebut "interpretif" karena studi antropologinya berlandaskan pada postulat bahwa kebudayaan merupakan jejaring makna, atau kebudayaan sebagai "struktur-struktur makna"—dan makna dilahirkan dari proses interpretasi. Melalui interpretasi itulah diperoleh pemahaman—yakni ditemukannya makna—suatu kejadian atau praktik sosial dalam konteks sosial tertentu. Pandangan interpretif ini sering kali dihubungkan dengan konsep simbol karena perspektif ini mendefinisikan kebudayaan dengan merujukkannya kepada pola makna yang terkandung dalam sistem simbol—yang merupakan kode perilaku suatu masyarakat.

Elemen "interpretif" dan "simbol" yang terdapat dalam konsepsi Geertz mengenai kebudayaan itulah yang membuatnya menjadi pemikir budaya yang paling sering diasosiasikan dengan paradigma yang disebut "interpretivisme simbolik"—sebuah paradigma yang secara esensial terkait dengan signifikansi makna bagi kehidupan manusia. Interpretivisme simbolik didasarkan pada konsep bahwa para anggota masyarakat memiliki bersama sistem simbol dan makna yang disebut "kebudayaan". Sistem tersebut merepresentasi realitas di mana manusia hidup.[60] Dengan kata lain, paradigma ini menekankan pada simbol dan makna sebagai suatu sistem—entah

sistem itu terintegrasi secara ketat atau longgar—yang beroperasi dalam dunia sosial. Anggota suatu masyarakat harus memiliki bersama—hingga tingkatan tertentu—sistem simbolik itu dan mengartikulasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam pandangan ini, demikian dikatakan Saifuddin (2005: 296), "manusia harus memiliki konsep tertentu mengenai apa yang diyakini oleh orang lain dalam komunitas mareka, pengharapan tertentu terhadap apa barangkali respons orang lain, dan orang lain terhadap mereka, sehingga mereka mampu berinteraksi dan berkomunikasi".[61]

Gagasan Geertz tentang kebudayaan sebagai simbol—dan simbol adalah bersifat publik karena maknanya dibangun secara sosial—memberikan alternatif yang penting bagi upaya memahami kebudayaan dan masyarakat melalui tindakan sosial, praktik sosial, dan makna di balik tindakan dan praktik itu (Saifuddin (2005: 319). Dengan gagasan tersebut, Geertz bermaksud menekankan signifikansi konteks sosial dalam sebagai unsur yang sangat penting dalam memahami makna simbol (*ibid*: 295). Konteks sosial ini membuat suatu simbol atau tanda memiliki makna spesifiknya (karena suatu simbol atau tanda dapat memiliki satu makna dalam satu konteks sosial dan makna yang berbeda dalam konteks sosial yang lain). Dengan kata lain, sistem simbol hanya bisa bekerja dengan baik (yakni dapat dipahami maknanya dengan tepat) dalam konteks sosialnya (h. 294). Jadi, melalui interpretivisme simbolik tersebut, Geertz bermaksud menjadikan studi kebudayaan sebagai ilmu yang melakukan rekontsruksi makna atau menemukan signifikansi dari suatu kejadian atau praktik sosial—yang dengan itu manusia memberikan makna kepada dunia mereka dan tindakan mereka. Jejaring makna (yakni budaya), dengan demikian, dipostulasikan sebagai entitas mentalistik yang sangat esensial bagi kehidupan manusia karena menunjukkan eksistensi mereka.

Hal tersebut menjelaskan bahwa budaya (yakni "makna yang dimiliki bersama") dibentuk dari hubungan sosial, dan setiap hubungan sosial menyiratkan struktur sosial. Postulasi ini adalah cara untuk membantu memahami realitas yang sama, tapi masing-masing (*budaya* dan *tatanan sosial*) menjelaskan sisi yang berbeda—seperti metafora "dua sisi dari sekeping uang logam". Sebagaimana ditulis oleh Geertz dalam artikel bertajuk "Ritual and Social Change: A Javanese Example" (1957, dalam Keesing, 1999: 75),

> budaya adalah pabrik pengertian, dengan apa manusia menafsirkan pengalaman dan menuntun tindakan mereka; struktur sosial ialah bentuk yang diambil dari tindakan itu, ... jaringan hubungan-hubungan sosial. Budaya dan struktur sosial adalah ... abstraksi yang berlainan dari fenomena yang sama.

Jelas bahwa apa yang ditambahkan Geertz terhadap konsep budaya dari Kluckhohn adalah tekanannya yang lebih besar (daripada Kluckhohn) terhadap dimensi sosial dari kebudayaan.[62] Pendekatan interpretivisme simbolik dari Geertz, menurut Miles Richardson (1984, dalam Saifuddin, 2005: 298), mengombinasikan konsep kebudayaan sebagai sistem simbol dengan konsep kebudayaan sebagai interaksi sosial.[63] Parker (1985, *ibid*: 306) menegaskan bahwa Geertz secara konsisten menyebut kebudayaan sebagai fenomena sosial, atau suatu sistem simbol dan makna antarsubjek yang dimiliki bersama oleh para anggota suatu masyarakat. Dalam artikelnya yang kemudian di *Anthropology of Experinece* [1986], "Making Experience, Authoring Selves" (*ibid*), Geertz menegaskan kembali posisi pemikirannya bahwa "apa pun pandangan yang kita miliki mengenai bagaimana sesuatu bekerja dengan

kehidupan orang lain, kita mengetahuinya melalui ekspresi mereka [dalam dunia sosial], bukan memasuki kesadaran mereka dengan penuh keajaiban”.[64]

Konsep Kebudayaan dalam Tradisi Kajian Budaya

Kembali ke Inggris, setelah era pemikiran “budaya tinggi” versus “anarki” dari Matthew Arnold yang bertahan cukup lama, yang kemudian dilanjutkan oleh Leavisisme yang muncul pada 1930-an, konsepsi kebudayaan mengalami perombakan yang sangat radikal seiring terbitnya buku Raymond Williams,[65] *Culture and Society* (1958). Berlawanan dengan konsep estetis dan elitis kebudayaan dari Arnold dan Leavisisme, Williams mengembangkan suatu pemahaman yang menekankan karakter kehidupan sehari-hari sebagai keseluruhan cara hidup—ia menulis sebuah artikel bertajuk “Culture is Ordinary” (1958).[66] Williams secara khusus menaruh perhatian pada pengalaman kelas pekerja dan bagaimana mereka secara aktif mengkonstruksi kebudayaan mereka melalui praktik sosial kehidupan sehari-hari.[67]

Dalam buku berikutnya, *The Long Revolution* (1961, dalam Hall, 1996: 34), Williams menegembangkan gagasanya dengan mengkonsepsikan kebudayaan dalam dua cara. Formulasi pertama, yang bersifat deskriptif-etnografis, mendefiniskan kebudayaan sebagai “*a whole way of life*”. Dalam definisi yang menempatkan kebudayaan dalam ranah “gagasan” ini, menurut Hall, kebudayaan dimaknai sebagai “*the sum of the available descriptions through which societies make sense of and reflect their common experiences*.” Jadi, dapat dikatakan bahwa budaya merupakan suatu deskripsi cara hidup tertentu yang mengekspresikan makna-makna dan nilai-nilai tertentu.[68] Sedangkan definisi kedua lebih menekankan kebudayaan sebagai aspek dari praktik sosial (*social practices*), yang dalam definisi pertama diasumsikan sebagai entitas yang terpisah dari kebudayaan. Titik tekannya adalah pada hubungan di antara elemen-elemen praktik sosial itu. Dalam konteks ini, “teori kebudayaan” didefinisikan oleh Williams sebagai “*the study of relationships between elements in a whole way of life*”.[69]

Bagi Williams, kebudayaan sebagai makna dan nilai dari praktik sosial sehari-hari berarti kebudayaan sebagai bagian dari totalitas relasi sosial ekspresif. Jadi, “teori kebudayaan” didefinisikan sebagai “studi tentang hubungan antarelemen dalam keseluruhan cara hidup”. Sebagai “makna dan nilai sehari-hari”, kebudayaan adalah pengalaman yang hidup: teks, praktik, dan makna bagi semua orang ketika mereka menjalani hidupnya (Barker, 2004: 42). Dalam pengertian ini, budaya adalah sesuatu yang hidup dalam realitas sosial sehari-hari, yakni makna yang dirajut dalam praktik sosial. Maknalah, dengan demikian, yang menjadi elemen inti dalam konsep kebudayaan.

Perihal kebudayaan sebagai aktivitas mengkontruski makna melalui praktik sosial keseharian, ini sudah ditegaskan oleh para pemikir kajian budaya sejak awal 1960-an (lihat Bab 8). John Fiske, pemikir kajian budaya Inggris, misalnya, dalam *book chapter* bertajuk “British Cultural Studies and Television” (1996) menyatakan:

> *… culture is a process of making meanings in which people actively participate; it is not a set of preformed meanings handed down to and imposed upon the people. Of course, our ‘fredom’ to make meanings that suit our interests is as circumscribed as any other ‘freedom’ in society* (142).[70]

Williams (dalam Sardar & Loon, 2001: 30) berargumen bahwa apa yang membuat praktik sosial menjadi berdimensi kultural adalah karena praktik itu menetapkan nilai—dan nilai adalah elemen utama dalam kebudayaan. Selanjutnya, nilai dapat digunakan untuk mendukung dan menopang struktur ideologis yang ada. Ideologi, dalam analisis Louis Althusser[71] (h. 46), berfungsi untuk menyediakan kerangka konseptual yang melaluinya, orang menafsirkan dan memahami kondisi material kehidupannya. Oleh karena itu, ideologi memproduksi budaya komunitas serta kesadaran komunitas tentang siapa dan apa diri mereka. Pada titik inilah terminologi kebudayaan menjadi bermuatan politis. Konsep kebudayaan yang berwatak politis ini adalah ciri khas dari "disiplin" kajian budaya. "Ini adalah praktik melihat kebudayaan sebagai ekspresi spesifik dari komunitas organik yang koheren dan melawan determinisme dalam berbagai bentuknya," kata Williams (*ibid*: 29).[72]

Ketika budaya didefinisikan dari perspektif kajian budaya, maka definisi tersebut melibatkan kajian budaya pop (*popular culture*)[73] karena budaya dipahami sebagai teks dan praktik hidup sehari-hari. Walaupun kajian budaya tidak bisa (dan seharusnya tidak) direduksi menjadi kajian budaya pop, tidak dapat disangkal bahwa kajian budaya pop bersifat sentral bagi kajian budaya (Storey, 1996: 2). Definisi tersebut juga lebih berwatak politis daripada estetis.

Kajian budaya menganggap bahwa budaya itu bersifat politis dalam pengertian yang sangat spesifik, yaitu sebagai ranah konflik dan pergumulan. Kajian budaya dilihat sebagai situs penting bagi produksi dan reproduksi hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari (*ibid*: 3). Elaborasi yang sangat bagus mengenai cara melihat budaya ini barangkali datang dari Stuart Hall (dalam Storey, 1996), salah seorang perintis utama "disiplin" ini. Hall, yang memikirkan budaya secara politis dengan meminjam konsep hegemoni[74] dari pemikir politik Marxis asal Italia Antonio Gramsci,[75] menggambarkan budaya pop sebagai: "*an arena of consent and resistence. It is partly where hegemony arises, and where it is secured. It is not a sphere where socialism, a socialist culture—already fully formed—might be simply 'expressed'. But it is one of the places where socialism might be constituted. That is why 'popular culture' matters*" (h. 3).

Graeme Turner, dalam *British Cultural Studies* (1990, dalam Storey, 2004: 21), juga menjelaskan budaya pop sebagai suatu konsep politik. Turner mengatakan bahwa budaya pop adalah satu tempat di mana konstruksi kehidupan sehari-hari dijalankan. Pelaksanaan ini tidak hanya secara akademis—yaitu usaha untuk memahami proses atau praktiknya—tetapi juga secara politis, yaitu mengamati hubungan antara penguasa yang menyususn bentuk kehidupan sehari-hari ini dengan menunjukkan konfigurasi konstruksi kepentingan yang ada. Demikian itulah kajian budaya mendefinisikan budaya dan menjadikan budaya pop sebagai arena sentral bagi kajiannya.

Paparan cukup panjang mengenai definisi kebudayaan tersebut bermuara pada dua definisi yang dewasa ini tampaknya paling banyak dirujuk—yakni dafinisi dari interpretivisme simbolik dan kajian budaya. Atas dasar itu, konsep kebudayaan yang digunakan dalam kajian ini adalah kombinasi dari kedua definisi tersebut. Paradigma interpretivisme simbolik, suatu perspektif teoretis yang dikembangkan oleh antropolog Clifford Geertz, mendefinisikan kebudayaan sebagai sistem simbol, makna-makna, dan nilai-nilai yang dimiliki bersama, yang dapat diidentifikasi, dan bersifat publik.[76] Dengan demikian, definisi ini tidak mencakup aspek benda-benda budaya (*material culture*) dan aspek perilaku yang dilihat hanya sebagai entitas sosial. Namun, selain mengatakan bahwa kebudayaan bersifat simbolik, interpretatif, dan publik, Geertz juga

memetaforakan kebudayaan sebagai jejaring makna yang dirajut manusia yang dioperasionalkan melalui kegiatan sehari-hari.

Kedua ciri dari definisi kebudayaan Geertzian itu, yakni interpretatif-simbolik dan bersifat sehari-hari, membuat definisi tersebut memiliki kesejajaran konseptual dengan definisi kebudayaan menurut disiplin kajian budaya, yaitu "*culture understood as practices of everyday life*" (Storey, 1996: 2). Definisi keduanya, paradigma interpretivisme simbolik dan kajian budaya, juga sama-sama menggariskan perbedaan antara entitas teknologi dan entitas budaya—meskipun memandang keduanya sebagai saling terkait erat—dan memperlakukan keduanya secara simetris. Meskipun mengandung ciri yang sama, tetapi tentu saja ada perbedaan di antara keduanya—dan karena itu dikombinasikan agar diperoleh konsep kebudayaan yang paling tepat untuk kajian teknokultur ini. Jika interpretivisme simbolik memberikan tempat yang sentral pada makna yang dibangun secara sosial, maka kajian budaya memfokuskan studinya pada praktik sosial sehari-hari sebagai aktivitas yang bermakna. Titik tekan yang berbeda—dan karena itu membentuk perspektif teoretik yang juga berbeda—ini terkait dengan historisitas keduanya yang masing-masing telah menempuh dua jalur tradisi akademis yang berlainan.

Konsep Kebudayaan dalam Buku Ini

Dengan memilih konsep kebudayaan menurut perspektif interpretivisme simbolik (Geertzian) dan kajian budaya (*cultural studies*), dan kemudian memadukannya untuk membentuk suatu konsep kebudayaan tersendiri, saya bermaksud mendukung definisi *kebudayaan sebagai dimensi maknawi dari praktik sosial*. Definisi ini memiliki kesejajaran konseptual dengan definisi kebudayaan yang dikemukakan oleh para pemikir kajian budaya, antara lain Thwaites, Davis, dan Mules (2009: 1), bahwa budaya ialah "kumpulan praktik sosial yang melaluinya makna diproduksi, disirkulasikan, dan dipertukaran". Konsepsi budaya dari tradisi kajian budaya tersebut menegaskan pengertian ihwal budaya sebagai "aspek sosial yang berkaitan dengan urusan makna".

Dengan konsep tersebut, kajian ini menganggap berbagai konsep kebudayaan menurut perspektif yang lain bukan merupakan konsep yang tepat untuk digunakan sebagai lensa teoretis bagi kajian teknokultur. Definisi klasik yang diusulkan Edward B. Tylor dalam *Primitive Culture* (1871), yang memandang kebudayaan sebagai totalitas pengalaman manusia, tentu saja dihindari karena terlampau luas dan umum dan membuatnya sulit untuk dijadikan definisi yang operasional. Pandangan atas kebudayaan sebagaimana didefinisikan oleh Koentjaraningrat (1979), yang melihat kebudayaan sebagai "keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia", juga terlalu universal dan menempatkan teknologi sebagai bagian dari entitas kultural, dan karena itu tidak diterima. Pandangan materialistik atas kebudayaan yang memberikan tekanan pada artefak, yaitu benda-benda hasil kreasi manusia, juga ditolak karena mengaburkan perbedaan antara konsep teknologi dan konsep budaya.[77]

Demikian pula definisi kebudayaan yang menekankan pada pencapaian estetik manusia ("*high art*"), dianggap tidak memadai karena mereduksi makna kebudayaan sebagai kesenian. Definisi kebudayan dari Matthew Arnold (1822-1888) dalam *Culture and Anarchy* (1869), yang esensinya merupakan konsepsi tentang "*high culture*", juga ditolak karena mengandaikan bahwa kebudayaan hanya dihasilkan oleh kalangan elite politik, sosial, ekonomi, dan intelektual. Pun definisi kebudayaan dari paradigma ekologi

budaya (*cultural ecology*)—salah satu mazhab pemikiran dalam tradisi antropologi yang sekarang ini agak minoritas—yang memandang kebudayaan sebagai cara bagi manusia dalam memecahkan berbagai persoalan dalam proses adaptasinya terhadap lingkungan fisik atau kehidupan bersama, ditolak karena mereduksi arti penting sistem simbolik dalam kehidupan manusia.

Sebagai penutup, saya merangkum konsep kebudayaan dalam kajian ini dengan sebuah kutipan panjang dari teoretikus kajian budaya mutakhir, Tony Thwaites, Lloyd Davis, dan Warwick Mules (2009). Kutipan ini memberikan gambaran yang sangat baik perihal "apakah kebudayaan itu?" dengan membedakannya dari hal-hal yang "bukan budaya".

> Budaya merupakan aspek sosial yang berkaitan dengan urusan makna. Tentu saja, terdapat banyak aspek sosial lainnya, dengan banyak urusan terkait lainnya (ekonomi, hukum, pemerintahan, pendidikan, dan seterusnya), namun dalam beberapa pengertian budaya akan tampak sebagai satu aspek yang sangat dasar. Setidak-tidaknya orang dapat berimajinasi seperti apa jadinya masyarakat tanpa uang, ekspliotasi, pemerintahan, atau hal lain semisalnya—terdapat keseluruhan cabang fiksi, roman utopia, yang banyak mengimajinaksikan hal semacam ini. Akan tetapi, masyarakat yang tidak memproduksi dan mengedarkan makna benar-benar tak bisa dibayangkan
>
> Dalam berurusan dengan praktik makna, budaya melebar ke dalam bidang ekonomi, hukum, pemerintahan [dan seterusnya]. Sama sekali tidak jelas di mana di mana yang satu berakhir dan yang lain memulai. Oleh karenanya, barangkali, ketimbang menyikapi makna dan praktik makna sebagai sebagai bidang yang terdefinisikan secara ketat dalam dunia sosial, kita hendaknya melihat makna tersebut lebih sebagai suatu penekanan, sebuah titik yang darinya pelbagai hal dilihat. ... Jika, misalnya, ilmu ekonomi berkaitan dengan urusan produksi, sirkulasi, dan konsumsi kekayaan, maka ... kajian budaya bisa meliputi bagaimana kekayaan itu bertindak sebagai tanda yang bermakna, makna yang diproduksinya, serta cara makna itu disirkulasikan dan dipertukarkan (h. 1-2).[]

4

Merumuskan Teori Teknokultur

Kutipan dari Wise tersebut bukan saja mengingatkan kembali ihwal masih lazimnya cara berpikir yang menganggap teknologi dan budaya sebagai dua entitas yang terpisah, tapi juga menunjukkan adanya asumsi bahwa budaya bukanlah faktor yang berpengaruh terhadap, dan dapat mengubah, teknologi. Padahal, seperti telah sering ditunjukkan melalui premis-premis yang dikemukakan oleh para pengkaji antropologi teknologi, kajian budaya, semiotika, filsafat teknologi—dan tampaknya demikian juga sosiolog teknologi dan pengkaji studi STS—baik teknologi maupun budaya, meskipun berbeda, keduanya adalah entitas yang tak terpisahkan. Asumsi tersebut juga mengerdilkan nilai penting budaya bagi kehidupan.

Tautan Teknologi dan Budaya

Budaya, yakni perihal cara manusia memberikan makna pada dunia kehidupannya, kata pengkaji semiotika dan kajian budaya Yasraf A. Piliang (2006: 72), membutuhkan medium untuk mengekspresikan makna tersebut, yaitu bahasa dan benda-benda (atau objek). Dengan kata lain, makna sebagai entitas kultural di dalam relasi antara manusia dan dunia kehidupan (*life-world*) membutuhkan aktualisasi dirinya ke dalam dunia objek atau benda-benda.[78] Senada dengan Pilliang, pengkaji studi STS Sonny Yuliar (2009) mengatakan bahwa norma-norma dan relasi-relasi sosial yang membentuk masyarakat tidak hanya bersifat simbolis, tetapi juga terwujud ke dalam objek-objek material (h. 2). Apa yang Piliang dan Yuliar kemukakan jelas bukan premis-premis baru. Sejak setidaknya dua atau tiga dasawarsa silam para semiotikawan dan sosiolog teknologi telah mengungkapkan pemikiran yang demikian.

Semiotikawan Wendy Leeds-Hurwitz, dalam buku yang menelisik kode-kode sosial yang terkandung dalam makanan, pakaian, dan objek-objek keseharian dari perspektif teori semiotika komunikasi, *Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures* (1993), telah menegaskan ketidakterpisahan teknologi (baca: *material culture*) dari realitas sosial dan makna-makna kultural. Dalam sebuah paragraf yang cukup panjang, Leeds-Hurwitz menulis:

> *The physical things people make, whether these are meals, items of clothing, houses, or letter openers, are material manifestations of the social realities understood to be relevant and powerful; therefore they are appropriate topics for analysts who wish to study how reality is socially constructed. The material world is one part of social reality, and as researchers we miss a fine opportunity if we neglect it as a resource. As the social-cultural is made up of a combination of the immaterial (ideas and words) and the material (things), it is an advantage to study both. Studying material aspects of culture is both easier (because they are so clearly visible) and harder (because they distract, taking away from a consideration of the social*

into the physical characteristics of whichever material object the focus) than studying oral aspects of culture. [...] Material culture codes serve as a particularly oblique means of conveying information, allowing culture to insinuate its beliefs and assumptions into the very fabric of daily life, there to be appreciated but not observed. Their mundane nature permits food, clothing, and objects to convey messages effectively, yet quietly, without calling undue attention to what has been conveyed. Thus, for example, the function particularly well as status makers when status differences are important to a culture simultaneously expousing a rhetoric of equality, such as modern-day America, where an explicit, linguistic assignment of status would not be tolerated (h. 77-78).

Pada sisi lain, sosiolog teknologi dan proponen teori ANT asal Universitas Lancaster, Inggris, John Law, dalam artikelnya bertajuk "Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy and Heterogeneity" (1992), mengatakan:

If human beings form a social network it is not because they interact with other human beings. It is because they interact with human beings and endless other materials too [...]. Machines, architectures, clothes, texts—all contribute to the patterning of the social.

Teoretikus budaya Raymond Williams, dalam *The Long Revolution* (1961, dalam Barker, 2004: 43), juga mengatakan demikian. Menurut Williams, meskipun kebudayaan tidak bertujuan langsung untuk mengembangkan kondisi material kehidupan, tetapi jelas bahwa setiap praktik budaya (yang bertujuan memproduksi makna) selalu melibatkan sarana yang bersifat material. Bahkan, filsuf pascamodernisme Prancis Michel Foucault, dalam *The Archaeology of Knowledge* (1972, dalam Barker, 2004: 80), berargumen bahwa bahasa (yang merupakan entitas kultural) berkembang dan membangun makna pada kondisi material dan historis yang spesifik. Foucault mengeksplorasi bagaimana, melalui operasi kekuasaan dalam praktik sosial, makna secara temporer distabilkan atau diatur ke dalam diskursus (*discourse*). Diskursus "menyatukan" bahasa dan praktik dan mengacu kepada produksi pengetahuan melalui bahasa yang memberikan makna kepada objek material dan praktik sosial. Jadi, meski objek material ada di luar bahasa, namun ia diberi makna atau "ditampilkan" oleh bahasa untuk kemudian dibentuk secara diskursif.

Banyak antropolog budaya yang juga menyatakan bahwa artefak yang manusia ciptakan adalah medium tempat identitas budaya dilestarikan dan dikomunikasikan pada generasi berikutnya (Adlin, 2005: 159). Tentang hal ini, Richardson (1987, dalam Leeds-Hurwitz, 1993: 81) mengatakan, "*culture is not purely ideational structure tucked away in the privacy of the individual brain, but it is an ongoing, creative endeavor, the reality of which is located in its cutting edge, the artefact*."[79]

Semua proposisi akademis itu menegaskan fenomena ketakterpisahan teknologi dengan entitas sosiokultural tersebut. Menurut Ihde, dalam *Philosophy of Technology* (1993, dalam Lim, 2008: 167), fenomena tersebut dapat dirumuskan dalam kata-kata, "ketika alat-alat teknologis dimanfaatkan oleh manusia dan ditenun dalam hidup sehari-hari manusia, sifat kegunaan alat dilepaskan dan menjadi bagian dari kemanusiaan itu sendiri". Langdon Winner, dalam artikel bertajuk "Technologies as Forms of Life" (*Readings in the Philosophy of Technology*, 2004, dalam Liem, 2008: 167), pun menyebut alat-alat teknologi sebagai bentuk-bentuk kehidupan (*forms of life*) yang sudah menyatu dengan kehidupan manusia.[80] Contohnya adalah televisi yang sudah menjadi bagian dari hidup sehari-hari masyarakat kontemporer. Televisi sudah begitu melekat dalam persepsi, pikiran, dan tingkah laku manusia sehingga ia menjadi bagian yang tidak terhapuskan dalam budaya kini.

Ketika teknologi menyatu dengan kehidupan manusia, maka ia menjadi bersifat kultural. Ini terjadi karena teknologi diartikulasikan (*translated*) ke dalam pola kehidupan sehari-hari. Teoretikus STS Ralph Schroeder (2007) menyatakan:

> *From the point of view of the social sciences, everyday life is culture in the sense that this notion captures the parts of social life that are outside the economic and political sphere of life. […] What about culture? Culture can be used in a pragmatic sense as a way of life or the sphere of society outside of the economic and political spheres. […] Technology thus becomes culture insofar as it translated into everyday life* (h. 103).[81]

Premis tersebut tidak mengasumsikan bahwa teknologi adalah bagian dari entitas budaya, sebagaimana anggapan sebagian kalangan antropolog, melainkan bahwa di dalam setiap entitas teknologi yang sudah digunakan oleh masyarakat itu terkandung nilai-nilai kultural yang terkait dengan masyarakat penggunanya. Melalui praktik penggunaan teknologi itulah masyarakat memproduksi makna (yang merupakan entitas kultural) atas artefak teknologis keseharian. Dari sudut pandang lain, ini berarti bahwa budaya pasti melibatkan teknologi di dalamnya karena nilai-nilai tidak sampai kepada manusia seperti jatuh dari langit begitu saja, tetapi hadir melalui berbagai artefak yang digunakan oleh manusia dalam kehidupannya sehari-hari. Dengan kata lain, perilaku manusia sesungguhnya meninggalkan jejak yang bersifat material yang bisa dilacak lagi.[82] Dalam pandangan ini, tepatlah apa yang dikatakan Chris Barker (2004: 8), bahwa "kebudayaan terkait dengan pertanyaan tentang makna sosial yang dimiliki bersama, yaitu berbagai cara kita memahami dunia ini. Tetapi, makna tidak semata-mata mengawang di luar sana; melainkan, mereka dibangun melalui tanda".[83] Dengan kata lain, ada materialisasi aspek-aspek mental-konseptual ke dalam—atau melalui medium—objek-objek artefaktual.

Premis sosiologis Schroeder bahwa teknologi bersifat kultural ketika digunakan dalam kehidupan keseharian tidak ubahnya premis filosofis dari Ihde (1990, dalam Lim, 2008: 135), bahwa "teknologi itu tertanam (*embedded*) dalam budaya" karena teknologi merupakan hasil kreasi manusia. Seraya menyetujui pendapat filsuf Heidegger bahwa teknologi merupakan suatu cara pandang dunia (*world view)* tertentu, yang karena itu melibatkan budaya, Ihde (*ibid*: 136) mencontohkan cara pandang Barat terhadap teknologi. Budaya Barat, kata Ihde, cenderung menggunakan teknologi sebagai kekuasaan, karena itu teknologi dikonsepsikan sebagai cara untuk memanipulasi dan mengeksploitasi dunia sebagai persediaan. Misalnya, penggunaan mesiu yang berbeda-beda di negara-negara Barat dan di Cina. Mesiu mulanya ditemukan di Cina dan digunakan sebagai hiburan dalam acara perayaan, misalnya pesta kembang api. Namun di Barat, mesiu digunakan dalam perang untuk menguasai dan menaklukkan negara lain. Contoh ini menunjukkan tertanamnya teknologi dalam budaya tertentu. Teknologi yang sama dapat digunakan dengan cara yang berbeda dan untuk tujuan yang berbeda di dalam budaya yang berbeda pula. Demikianlah, penggunaan alat selalu berada dalam praksis budaya tertentu. Alat teknologi selalu dilibatkan sesuai konteks kegunaanaya dalam lingkungan sekitarnya.

Contoh lain adalah ihwal alih teknologi (*ibid*: 136-137). Ketika suatu alat dipindahkan dari suatu budaya ke budaya yang lain, yang dipindahkan bukan hanya alat itu, melainkan juga hubungan budaya dan nilai-nilai yang ada. Proses alih teknologi selalu disertai perpindahan nilai. Oleh sebab itu, dalam suatu budaya yang menerima teknologi baru akan terjadi ketergantungan pada budaya yang masuk karena teknologi baru belum dapat diciptakan oleh budaya penerima. Pihak penerima

teknologi baru terpaksa bergantung pada pihak yang membuat teknologi tersebut. Kemudian, secara perlahan-lahan terjadi proses penyesuaian sehingga nilai dan penggunaan alat yang dipindahkan tadi berubah menurut konteks budaya yang menerimanya. Pada saat itulah terjadi transformasi nilai-nilai. Demikianlah, teknologi tertanam secara berbeda dalam budaya berbeda pula.

Contoh-contoh tersebut menunjukkan bahwa peran teknologi tergantung pada konteks penggunaannya dalam budaya yang berbeda. Ketertanaman teknologi dalam budaya menunjukkan bahwa suatu alat teknologi yang sama dalam konteks budaya yang lain bisa menjadi alat teknologi yang "berbeda" karena penggunaannya berubah mengikuti budaya yang menerapkannya. Setelah teknologi diterapkan dalam budaya yang menerimanya, konteks penggunaannya menjadi stabil, yakni menjadi struktur teknologi-budaya, ini dinamai Ihde sebagai "multistabilitas teknologi".[84]

Ihde mencontohkan navigasi laut ala Barat yang menggunakan peralatan navigasi seperti kompas atau alat navigasi yang lebih canggih seperti radar (*ibid*: 141-142). Bandingkan dengan pelaut asli Polynesia di Samudera Pasifik yang hanya menggunakan perahu biasa. Untuk mencari arah, pelaut tersebut dipandu oleh tubuhnya sambil memperhatikan arus laut dan gumpalan awan di langit. Keduanya merupakan struktur budaya yang stabil. Sesudah menemukan multistabilitas, manusia berada dalam posisi yang daat mengubah multistabilitas itu sendiri. Jika terdapat dua jenis sistem yang sama-sama bagus seperti sistem navigasi yang menggunakan alat dan sistem yang tidak menggunakan alat selain tubuh pelaut sendiri (seperti pelaut asli Polynesia), mengapa tidak menggunakan kedua jenis sistem tersebut? Dengan panduan peta radar dan posisi tubuh, pelaut mungkin dapat mencari posisi lebih gampang. Dari perumpamaan ini, menurut Ihde, dapat diasumsikan bawa bentuk-bentuk budaya stabil yang berbeda dapat digabungkan dan dimanfaatkan bersama. Dunia kehidupan manusia dipenuhi dengan kultur-kultur yang beraneka ragam. Masing-masing budaya bersifat stabil dan dapat hadir secara bersamaan.

Paparan contoh-contoh tentang ketertanaman teknologi dalam budaya tersebut tidak berarti bahwa teknologi hanya bergantung pada konteks penggunaanya dalam budaya yang berbeda. (*ibid*: 137), karena ini berarti menyetujui, sedikit ataupun banyak, klaim pemikiran determinisme budaya (*cultural determinism*). Ihde juga mempertimbangkan arah sebaliknya dari relasi teknologi-budaya ini. Teknologi tidaklah netral, tetapi memiliki memiliki kecenderungan tertentu untuk mengarahkan, dan dengan demikian teknologi tidak bebas nilai. Fenomena ini disebut Ihde dengan istilah "*latent telic*". Dalam banyak kasus, *latent telic* alat menghasilkan gaya tertentu tergantung pada penggunaan alat tertentu. Tetapi, pengguna alat tidak menyadari kecenderungan ke arah tertentu yang dimungkinkan oleh alat. Konsep *latent telic* ini berarti membenarkan pandangan determinisme teknologi, melainkan bahwa teknologi memiliki *kecenderungan* ke arah tertentu. Dalam kecenderungan *latent telic* alat, dimensi fungsi alat mempengaruhi pengalaman dan cara bagaimana manusia memaknai penggunaan alat tersebut (h. 176). Dimensi fungsi alat mampu menggiring pengalaman manusia pada arah tertentu, seperti perbedaan pengalaman menulis dan hasil tulisan yang berbeda akibat penggunaan pulpen dan komputer,[85] perbedaan intensionalitas dalam penggunaan perekam suara dan telinga,[86] dan lahirnya minat meneliti dalam sains karena penggunaan teknologi teleskop dan mikroskop.[87]

Rosen dan Rappert, dalam "The Culture and Politics of Technology" (*Soziale Technik*, 1999), mencatat:

> *Writers in the sociology, history and philosophy of technology have shown how artefacts and technical systems become embedded within social structures and cultural practices, and in the process both transform and become transformed by those structures and practices. This often results in the emergence of highly robust sociotechnical ensembles, making it difficult to disentangle artefacts from their social, political and cultural implications.*

Pernyataan tersebut juga bermakna bahwa nilai atau gagasan (*ideas*) itu "tertanam" (*embedded*) di dalam artefak. Jadi, membicarakan budaya pasti melibatkan teknologi. Sebaliknya, membicarakan teknologi yang sudah terartikulasikan dalam kehidupan sehari-hari pasti juga melibatkan budaya.

Lebih jauh, Stephen Fuchs, dalam *Against Essentialism: A Theory of Culture and Society* (2001, dalam Schroeder, 2007) menyatakan bahwa teknologi juga berpengaruh terhadap bentuk budaya:

> *What makes a culture 'hard' and realist, rather than 'soft' and constructivist, is hardware, among other things. Realism increases when a culture is grounded in routine machines, tools, and instrument, around the formal and technical cores of organization. This effect is strengthened further as the material means of culture are monopolized by an organizational hegemony…* (h. 14).

Budaya sebagai suatu sistem interpretif dan simbolik sangat erat kaitannya dengan benda-benda artefaktual yang merupakan wujud teknologi karena nilai-nilai atau dimensi simbolik dalam kehidupan ini tidak berada dalam ruang hampa. Eksistensinya senantiasa memerlukan medium teknologis. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa budaya itu tertanam (*embedded*) dalam teknologi. Sebaliknya, seperti tesis Ihde, teknologi juga tertanam dalam budaya.

Raymond Williams, dalam *Culture* (1981, dalam Barker, 2004: 42) berpendirian bahwa kebudayaan dapat dipahami melalui representasi [88] dan praktik kehidupan sehari-hari. Ini disebut Williams dengan "materialisme budaya", [89] yang mengkaji semua bentuk pemaknaan, termasuk hubungan antara sarana material produksi budaya dan bentuk-bentuk budaya yang diwujudkannya. Sebagai gambaran, Williams memberikan contoh tentang musik Rap, Hip-Hop, dan Rave yang dipahami sebagai bentuk-bentuk musik pop yang diproduksi di dalam institusi perusahaan rekaman dan agen periklanan. Cara produksi musik pop berisi sarana teknis studio rekaman dan hubungan kapitalis yang menjadi sandaran praktik-praktik tersebut. Bagi Williams, kebudayaan adalah pembangun sekaligus ekspresi totalitas sosial hubungan antarmanusia dan praktik.

Dalam pengertian teknologi yang lebih luas, yang tidak sekedar artefak, tetapi juga pengetahuan dan aktivitas untuk membuat artefak—sebagaimana dikonsepsikan oleh Carl Mitcham, Donald MacKenzie, dan Judy Wajcman—juga tertanam di dalamnya nilai-nilai. Dengan demikian, nilai-nilai juga maujud dalam pengetahuan dan aktivitas membuat benda-benda. Dengan kata lain, secara umum dapat dipsotulasikan bahwa nilai-nilai yang dihayati manusia termanifestasikan dalam tindakannya, dan tindakan itu terekam jejaknya dalam artefak-artefak.

Bahkan, bukan hanya dalam teknologi, dalam sains—yang merupakan *counterpart* teknologi di wilayah teoretis—pun melekat dimensi sosiokultural. [90] Sebagaimana dicatat Amir (2003) melalui sejumlah contoh berikut, berbagai studi dalam disiplin sosiologi pengetahuan ilmiah (*sociology of scientific knowledge*) atau sosiologi sains baru [91] menunjukkan bahwa sains berkembang membentuk cabang-cabang yang

kompleks sesuai dengan heterogenitas dalam sistem sosial. Diterimanya suatu konsep ilmiah sebagai paradigma tunggal dalam memahami suatu fenomena tidak lain karena adanya faktor dan konteks sosial tertentu yang bekerja dalam proses penerimaan itu. Karena itu, pengetahuan dalam sains dapat berbeda mengikuti bentukan sosial.

Salah seorang tokoh dalam gerakan sosiologi sains baru ialah Bruno Latour. Latour adalah salah satu penggagas teori jaringan-aktor (*actor-network theory*—ANT) yang menjelaskan lahirnya suatu pengetahuan melalui relasi antara masyarakat (konstruktivisme sosial) dan alam (realisme). Dalam sosiolog sains perspektif ANT ini, perhatian ditujukan secara simetris baik pada manusia (*actant*) maupun pada benda dan obyek (*non-actant*). Bersama Steve Woolgar, Latour melakukan studi etnografi di laboratorium endocrinology Salk Institute. Studi ini menghasilkan buku bertajuk *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts* yang mengungkap budaya dalam laboratorium yang membentuk korespondensi antara kelompok peneliti sebagai suatu jaringan dengan seperangkat kepercayaan, perilaku, pengetahuan yang sistematis, eksperimen, dan keterampilan yang terkait satu sama lain secara kompleks. Dari sini Latour dan Woolgar menyimpulkan bahwa, dalam suatu laboratorium, kegiatan observasi bersifat lokal dan memiliki budaya spesifik.

Studi para antropolog mengenai relasi sains dan budaya sejak dasawarsa 1990-an, juga menunjukkan bagaimana pengetahuan dalam sains diproduksi melalui proses pemaknaan dan praktik budaya. Timothy Lenoir, misalnya, menjelaskan pemahaman budaya dalam sains. Lenoir berargumen bahwa pengetahuan adalah hasil interpretasi di mana obyek pengetahuan dan pengamat (interpreter) tidak berdiri secara terpisah satu sama lainnya. Aktivitas interpretasi adalah praktik budaya yang melibatkan faktor kognitif dan faktor sosial yang saling berimplikasi satu sama lain. Kedua faktor ini senantiasa melekat pada para pelaku produksi pengetahuan (saintis). Dengan pemahaman sains sebagai praktik budaya, Lenoir menolak klaim Merton[92] tentang universalisme dan *disinterestedness* dalam sains karena pengetahuan selalu bersifat lokal, parsial, dan dilandasi kepentingan.

Sedangkan Sandra Harding menjelaskan inti kognitif dari sistem pengetahuan secara antropologis—yakni sebagai upaya manusia untuk bertahan hidup melalui pemahaman regularitas yang terjadi di alam—yang dibentuk oleh empat jenis elemen budaya. Temuan Harding ini mengindikasikan bahwa sains dikonstruksi melalui budaya. Artinya, wacana sistem pengetahuan tidak pernah lepas dari konteks budaya di mana sistem pengetahuan tersebut berada.[93]

Tokoh-tokoh lain dalam tradisi ini adalah Pamela Asquith yang melakukan studi komparasi kultural dan intelektual antara primatologi Barat (Eropa dan Amerika) dan primatologi Jepang. Asquith mencari heterogenitas dalam sains dengan membandingkan cara pandang, bentuk pertanyaan, dan metode penelitian primatologi di kedua sistem budaya tersebut. Dari studi ini, sebagaimana disimpulkan oleh Amir (2003), Asquith mengamati satu hal yang menarik.

> ... Dalam pandangan Kristen yang mempengaruhi para primatologis Barat, hanya manusia yang memiliki jiwa. Pandangan ini ”menghalangi” primatologis Barat untuk melihat kualitas mental yang membentuk perilaku sosial primata yang kompleks.
>
> Sebaliknya, sistem kepercayaan masyarakat Jepang mempercayai bahwa setiap hewan memiliki jiwa. Hal ini membuat primatologis Jepang memberi perhatian serius pada atribut motivasi, perasaan, dan personalitas yang ditunjukkan oleh hewan primata yang mereka amati. Perbedaan sistem kepercayaan tentang posisi manusia di dunia ini menjadikan

> pengetahuan yang dihasilkan oleh primatologis Barat berbeda dengan rekan sejawatnya di Jepang. Primatologi Barat cenderung bersifat fisiologis, sementara primatologi Jepang lebih bersifat sosiologis dan antropormorfis. Perbedaan ini berdampak pada perbedaan pengetahuan yang dihasilkan dalam kedua tradisi primatologi tersebut walaupun mereka mengamati obyek yang sejenis.

Studi komparasi kultural juga dilakukan Sharon Traweek yang membandingkan praktik fisika energi tinggi di Amerika Serikat dan Jepang. Traweek mengamati bagaimana nilai budaya direpresentasikan melalui model organisasi sains. Pada sistem organisasi riset Amerika, Traweek melihat kuatnya nilai individualisme dan persaingan yang melandasi sistem itu. Sebaliknya, di Jepang nilai-nilai komunalisme dan kerja sama sangat dominan. Perbedaan dalam kultur organisasi riset ini tercermin, misalnya, dalam proses pembelajaran dan pengajaran, organisasi laboratorium dan kelompok, gaya kepemimpinan, dan proses pengambilan keputusan. Studi Traweek ini menunjukkan bahwa nilai budaya melekat erat pada sistem organisasi ilmiah—meskipun ia tidak menjelaskan apakah perbedaan nilai budaya mempengaruhi pengetahuan yang dihasilkan.

Konsep Teknokultur

Premis Ihde ihwal ketertanamam teknologi dalam budaya maupun premis Schroeder perihal “keberbudayaan teknologi” menegaskan adanya kesadaran yang kuat ihwal pertautan erat teknologi dengan budaya. Hal ini mengilhami munculnya neologisme “teknokultur” (*technoculture*) yang mula-mula dipopulerkan oleh Constance Penley dan Andrew Ross melalui buku yang mereka sunting, *Technoculture* (1991).[94] Istilah ini kemudian diterima di kalangan ekademis dan digunakan oleh sejumlah universitas sebagai nama program studi atau mata kuliah.[95]

Istilah “teknokultur” itu sendiri, seperti dikatakan Sardar & Loon (2001, 102), menegaskan adanya hubungan yang mendalam antara teknologi dan budaya, dan mendorong tumbuhnya kesadaran bahwa “teknologi” jarang terpisah dari “manusia”.[96] Teknologi bisa berada *di dalam* tubuh manusia (misal, teknologi medis, makanan yang diprose), *di samping* manusia (telepon), dan *di luar* sana (satelit-satelit). Terkadang manusia mendiami teknologi (sebuah ruang kantor dengan suhu terkontrol), atau sebaliknya (sebuah alat pacu jantung); terkadang teknologi tampak menjadi anggota badan atau perangkat penganti anggota tubuh yang cacat (sepasang kacamata atau kaki palsu). Pada saat yang lain, manusia tampil untuk “melayani” teknologi sebagai anggota badan dari sebuah mesin besar (sebagaimana dalam jalur perakitan di pabrik).

Pendefinisian ulang konsep teknologi dan konsep budaya yang telah dipaparkan dalam Bab 2 dan Bab 3 memungkinkan diformulasikannya konsep “teknokultur” (Bab 4) yang mengasumsikan tidak adanya keterpisahan antara entitas teknologi dan entitas budaya—meskipun kedua entitas tersebut jelas berbeda. Argumennya, bersumber pada literatur kajian budaya dan antropologi simbolik, adalah bahwa cara manusia memaknai dunia kehidupannya membutuhkan medium perilaku dan objek teknologis untuk mengekspresikannya.[97] Konsep teknokultur itu sendiri juga mengalami pendefinisian ulang seiring modifikasi konsep teknologi.

Dalam sejumlah literatur, istilah “teknokultur” cenderung diberi pengertian sebagai praktik budaya yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi canggih (*advanced technology*)[98] seperti penggunaan perangkat elektronis (*electronic devices*), mesin robotik, dan sistem

cybernetic.[99] Donna Harraway, salah satu eksponen teknokultur terkemuka, dalam *book chapter* bertajuk “A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology, and Socialist Feminism in the 1980s” (2003, dalam Setyaningrum, 2007: 3), menjelaskan bahwa perkembangan teknologi informasi melalui internet bukan sekedar soal transformasi teknologi melainkan juga transformasi kebudayaan yang di dalamnya memuat ideologi baru yakni: (1) teknologi merupakan elemen mesin yang menyesuaikan dan memperluas jangkauan kehadiran fisik kita; (2) mesin itu sendiri sebenarnya adalah kita, kita sendiri yang menggerakkannya, dan karenanya merupakan perwujudan (*embodiment*) kita; (3) mesin tersebut bukan sesuatu yang semata-mata bersifat mekanis dan sepenuhnya menguasai kita. Harraway menggarisbawahi bahwa persekutuan antara manusia dan mesin teknologi ini adalah metafora mengenai “*cyborg*” yakni: “*a cybernetic organism, a hybrid of machine and organism, a creature of social reality as well as a creature fiction*”.

Dalam pengertian seperti yang gambarkan oleh Harraway tersebut, kajian teknokultur boleh jadi masih terkena bias pemikiran determinisme teknologi. Hal ini pernah disinyalir oleh David Silver (1995):

> *One critical element of technoculture is the importance of modern, new, and emerging communication technologies. Bordering dangerously close to technological determinism, technoculture theorists often attempt to explain contemporary culture in terms of communication systems or what Mark Poster calls ‘modes of information’.*

Berbeda dari pengertian tersebut, yang kajiannya difokuskan pada teknologi canggih, khususnya teknologi komunikasi, kajian yang saya lakukan berfokus pada teknologi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari (*mundane technology*). Jadi, dalam kajian ini, kata “tekno” dalam neologisme “teknokultur” merujuk kepada beragam jenis dan bentuk artefak atau *material culture*, termasuk objek teknis (*technical object*)[100] keseharian yang tampak “remeh-temeh”. Tentang karakter keseharian dari objek-objek teknologis ini, Wise (2006) menulis:

> *If we consider this idea that culture is a whole way of life (practices of everyday life), then we have to acknowledge that technology is always already a part of everyday life: it’s there in the cars we drive, the pens we write with, the oven in which we cook our food. Technology is not something separable from everyday life and it is not separable from culture. ... The study of technology and culture becomes the study of everyday life* (h. 2).

Karakter keseharian dalam studi teknologi dan budaya, sebagaimana dikatakan oleh Wise itu, menegaskan bahwa teknologi, khususnya artefak teknologis kehidupan sehari-hari, adalah entitas yang memiliki makna, lebih dari sekadar makna fungsional (denotatif)-nya. Oleh sebab itu, teknologi kehidupan sehari-hari menjadi penting untuk dikaji karena ia dapat mengungkapkan dimensi kultural masyarakat penggunanya.[101] Oleh sebab itu, teknologi kehidupan sehari-hari adalah entitas yang sarat nilai (*value laden*), bukan sesuatu yang otonom atau bebas dari kontraminasi budaya dan ideologi (*value free*) sebagaimana klaim pemikiran kaum modernis.[102]

Selain menegaskan karakter keseharian dalam studi teknologi dan budaya, kajian teknokultur ini juga mendukung pemikiran bahwa relasi atau tautan di antara teknologi dan budaya tidak berlangsung sekedar dalam pola interaktif, tetapi juga transformatif (saling memengaruhi dan mengubah).[103] Dengan premis ini, arti penting kajian teknokultur tidak lagi sebatas menyingkap dimensi kultural suatu masyarakat, tetapi

juga dapat turut menjelaskan perkembangan teknologi yang terjadi di dalamnya—dari perspektif kultural.

Dengan deskripsi teoretik yang seperti itu, saya berpandangan bahwa fokus dan perspektif studi teknokultur ini sangat berbeda dengan studi *science, technology, and society* (STS) atau sosiologi teknologi. Meskipun keduanya (teknokultur di satu sisi dan STS/sosiologi teknologi di sisi lain) sama-sama mengkaji relasi antara teknologi dan manusia, tetapi teknokultur memberikan tempat yang sentral kepada makna (sebagai entitas kultural) dalam relasinya dengan artefak (sebagai entitas teknologis). Kalau pun praktik sosial dikaji, yang dilihat pada praktik itu adalah dimensi simboliknya. Sedangkan STS dan sosiologi teknologi menempatkan entitas sosial pada posisi sentral dalam kaitanya dengan entitas teknis. Tujuannya ialah menelusuri relasi-relasi yang terbentuk di antara kedua entitas tersebut (sehingga membentuk jejaring heterogen) dan menganalisis efek-efek kausal yang ditimbulkannya pada masyarakat. Dalam pandangan ini, tugas dari kajian sosiologi teknologi adalah mempelajari dan memahami karakteristik suatu jejaring dalam heterogenitasnya dan mengungkapkan bagaimana elemen-elemen terpolakan dalam jejaring menghasilkan efek-efek seperti organisasi, kuasa, birokrasi, fungsi teknologi, dan lain-lain (Yuliar, 2009: khususnya h. 127).[104]

Tautan Teknokultur dan Kajian Budaya.

Studi mengenai teknokultur ini, karena karakter interdisiplinnya, bisa bertolak dari berbagai perspektif keilmuan yang relevan. Salah satu perspektif yang kuat dalam kajian teknokultur ini adalah yang dikembangkan oleh kalangan pengkaji kajian budaya (*cultural studies*) (pembahasan lebih mendalam mengenai kajian budaya ini terdapat pada Bab 8).[105] Mereka bertolak dari ide dasar bahwa teknologi itu tidaklah otonom—ini berarti menyanggah inti pemikiran kaum modernis bahwa teknologi itu otonom sekaligus determinan bagi entitas sosiokultural (Sardar & Loon, 2001: 100-103). Determinisme teknologi menganggap adanya hubungan yang linier dan kausal antara kemajuan teknologi dan perkembangan sosial. Teknologi itu sendiri dianggap netral dan bebas dari kontaminasi budaya dan ideologi. Anggapan ini memandang hubungan antara masyarakat dan teknologi bersifat pasif, dan ini menghalangi orang untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan kritis: siapa yang mengontrol arah teknologi?; siapa yang diuntungkan dari pengembangan teknologi tertentu?; bagaimana pilihan-pilihan teknologi dibuat? Teori teknokultur melontarkan pertanyaan-pertanyaan ini.

Meskipun kajian budaya adalah salah satu situs berkembangnya kajian teknokultur, tetapi kajian ini, memiliki akarnya dalam studi STS. Ia pertama kali muncul pada 1960-an dan mengembangkan berbagai perspektif teoretis untuk menunjukkan asal-usul budaya dan sosial teknologi (Sardar & Loon, 2001: 101). Teknologi-teknologi tertentu, sebagaimana ditunjukkan oleh STS, menumbuhkan kekuatan sosial dan kultural yang melatarbelakangi perkembangan mereka. Unsur-unsur sosiokultural ini—yang mencakup gaya hidup maupun berbagai gagasan tentang sifat dan sistem pemikiran—disandikan atau direpresentasikan dalam artefak teknologi tertentu. Dalam pandangan ini, sebagai misal, sebuah komputer, jet supersonik, atau pemutar CD (*CD player*), diasumsikan hadir di tengah masyarakat penggunanya bersama muatan sosial dan kultural secara intrinsik.

Dalam perspektif kajian budaya, seperti dikemukakan oleh Sardar & Loon (2001: 103), teori teknokultur—atau studi kebudayaan tentang teknologi—meneliti hubungan

kompleks antara teknologi dan manusia untuk menunjukkan bagaimana kemajuan teknologi mempengaruhi ruang budaya, dan siapa yang secara sosial, kultural, dan politik mendapat hak istimewa dengan perkembangan teknologi. Lebih jauh, teknologi sering terlibat dalam produksi mitos-mitos di tengah masyarakat yang di dalamnya pola dominasi dan eksploitasi tetap diproduksi. Misalnya, perkembangan teknologi komputer dan kemunculan ruang maya (*cyberspace*). Komputer diasumsikan telah memungkinkan perkembangan ruang maya ini sebagai jembatan yang tak terbatas dengan surga demokrasi elektronik di setiap sudut dunia. Tetapi, teori teknokultur memperlihatkan sisi tergelap perkembangan ini. Alih-alih mengantarkan ke demokrasi elektronik, *cyberspace* mungkin malah melontarkan dunia ke dalam sebuah percampuran sureal antara perang urat saraf dan feodalisme perusahaan (*ibid*: 103). Melalui *cyberspace*—dan bantuan alat konsumsi lain berupa kartu kredit—sistem kapitalisme menarik masyarakat supaya membelanjakan uang mereka lebih banyak daripada semestinya dan melebihi persediaan uang yang ada, membeli sesuatu yang tidak diperlukan, dan bahkan barangkali tidak mereka inginkan. Ini, kata Sardar, tak ubahnya sebuah skenario mimpi buruk tentang konsumerisme global, meningkatnya pengangguran, dan dominasi lewat pengawasan dan perusahaan transnasional.

Tepatlah apa yang tertulis dalam esai pendek berikut ini, yang dipublikasikan di *website* Universitas Maastricht (www.esst.unimaas.nl):

> *Technologies do not merely assist us in our everyday lives; they are also powerful forces acting to reshape our activities and their meanings. The introduction of a robot in an industrial workplace not only increases productivity, but, often, radically changes the process of production, redefining what 'work' means in that setting. When a sophisticated new technique or instrument is adopted in medical practice, it transforms not only what doctors do, but also the way people think about health, illness and medical care. A central question is how we can contribute to some sort of democratic control of technology, while at the same time using technology to help solve some of the pressing problems of our complex modern societies.*

Teori teknokultur juga memperlihatkan sisi tergelap dalam perkembangan teknologi dilihat dari perspektif gender. Pada abad-abad industrial (sejak Revolusi Industri hingga abad ke-20) pertumbuhan teknologi sarat kualitas maskulin (mengontrol, menguasai), dan karena itu telah turut melanggengkan hegemoni laki-laki atas perempuan. Banyak mesin yang didesain dengan rujukan fisiologi tubuh laki-laki—dan karena itu memarjinalkan kaum perempuan dari kerekayasaan (*engineering*). Seperti dikatakan oleh Yuliar (2008: 46-47):

> ... perkakas pengeboran sumur, pengeboran minyak, persenjataan militer, dan peralatan berat yang lain cenderung lebih sulit untuk dioperasikan oleh kaum perempuan. Setidaknya, jenis-jenis objek teknis tersebut lebih mudah dioperasikan dalam modus maskulin [pantau, kendalikan, kuasai]. Kaum perempuan mengalami hambatan dalam memasuki interaksi dengan jenis objek teknis ini.
>
> Postur tubuh laki-laki yang rata-rata lebih besar dan bertenaga sering dirujuk sebagai alasan bagi supremasi laki-laki dalam pekerjaan kerekayasaan tertentu. ... Maskulinitas dalam teknologi dan penguasaan mesin oleh laki-laki [ini] harus dilihat sebagai produk sejarah sosial ketimbang produk sejarah biologis. Bahkan karakter sains modern itu ... sarat dengan maskulinitas: selidiki, kuasai, eksploitasi.
>
> Dalam banyak kasus, kerekayasaan [yakni dimensi pengetahuan dari teknologi] mewakili watak maskulin—kecenderungan untuk mengontrol dan memanipulasi alam,

pemujaan atas otot dan mesin. Pekerjaan teknis juga memerlukan mobilitas di sekitar objek-objek kerja dalam organisasi atau industri. Bengkel mekanik mengasumsikan pola-pola hubungan kerja maskulin. ... Hubungan-hubungan yang melingkupi teknologi terus-menerus memperbarui dan memperluas hegemoni laki-laki. Pertumbuhan teknologi industrial tidak jarang menjadi bagian dari sejarah diskriminasi gender.

Dengan latar historis seperti itu, tidak aneh bila citra (*image*) yang terbentuk mengenai teknologi (khususnya dalam pengertiannya sebagai mesin-mesin) adalah citra mengenai maskulinitas. Salah satu contoh yang relevan untuk hal ini diperlihatkan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Misu (2001: abstrak) di Korea Selatan yang mengangkat isu mengenai konstruksi kultural atas komputer sebagai teknologi yang maskulin.

[I] explore how meanings and values about computer in Korea have been constructed in a broader social and cultural context. I examine some computer advertisements that emerged during the 1990s, which have formed and transformed specific identities of the computer. In terms of the 'gendering' of the computer, these have constructed its image as a masculine technology since it entered the Korean market in the early 1980s. Gender relations are embeddedin and shape the computer, constituting its specific meaning and gendered possibilities of use. Both gender and technology are not culturally neutral, but have particular menaings in social and cultural processes, whereby technological competence is defined as an important part of masculinity, constructing the very cultural notions of masculinity and feminity.

Meskipun dalam kasus Korea itu komputer dicitrakan sebagai teknologi yang maskulin (setidaknya dalam iklan), tetapi pada abad ke-21 ini perkembangan teknologi menunjukkan tren berbalik arah menjadi lebih berkualitas feminin—ini terjadi justru ketika komputer dan teknologi digital menjadi lebih dominan dalam dunia industri dan dunia kerja pada umumnya. Dengan komputerisasi dan digitalisasi banyak proses pekerjaan teknis (*automation of manufacturing*), hal itu justru menguntungkan kaum perempuan karena banyak peralatan teknis menjadi lebih mudah dioperasikan dalam modus feminin (perhatian, pemeliharaan, harmonisasi). Pada titik ini, fisiologi tubuh yang rata-rata lebih kecil dan kurang bertenaga pada perempuan tidak lagi menjadi hambatan bagi mereka untuk memasuki lingkungan kerja industrial yang selama berabad-abad sebelumnya (setidaknya sejak Revolusi Industri pada pertengahan abad ke-18) didominasi kaum laki-laki. Fenomena inilah yang oleh Sadie Plant disebut sebagai "*genderquake*". Buku Plant, *Zeroes and Ones*: *Digital Women and the New Technoculture* [1997], telah membahas secara mendalam isu *genderquake* ini dari perspektif teknokultur.

Sebagai penutup bab ini, alinea berikut yang saya kutip dari analisis Plant (dalam Braundy, 2006) dalam buku tersebut, kiranya dapat mewakili kesimpulan para akademisi perihal kecenderungan "feminisasi" dalam perkembangan teknologi mutakhir.

In the West, the decline of heavy industry, the automation of manufacturing, the emergence of the service sector, and the rise of a vast range of new manufacturing and information-processing industries have combined to reduce the importance of the muscular strength and hormonal energies which were once given such high economic rewards. In their place come demands for speed, intelligence, and transferable, interpersonal, and communication skills. At the same time, all the structures, ladders, and securities with which careers and

particular jobs once came equipped have been subsumed by patterns of part-time and discontinuous work which privilege independence, flexibility, and adaptability. These tendencies have affected skilled, unskilled, and professional workers alike. And since the bulk of the old full-time, lifelong workforce was until recently male, it is men who have found themselves most disturbed and disrupted by these shifts, and by the same token, women who benefit.[]

3

Pendakatan Semiotika terhadap Teknokultur

Ada dua pandangan dunia yang mendominasi kehidupan ilmu pengetahuan, yakni pemahaman bahwa objek yang kita indera adalah satu-satunya kenyataan dan bahwa di balik apa yang tertangkap oleh pancaindera ada sesuatu yang lain yang dapat diserap oleh kognisi dan perasaan kita dan dapat dikembangkan dalam suatu pengkajian. Teori-teori semiotik bertumpu pada pandangan dunia yang kedua.

Benny H. Hoed, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*, 2008, h. 6.

The physical things people make, whether these are meals, items of clothing, houses, or letter openers, are material manifestations of the social realities understood to be relevant and powerful; therefore they are appropriate topics for analysts who wish to study how reality is socially constructed. The material world is one part of social reality, and as researchers we miss a fine opportunity if we neglect it as a resource. As the social-cultural world is made up of combination of the immaterial (ideas and words) and the material (things), it is an advantage to study both. Studying material aspect of culture is both easier (because they are so clearly visible) and harder (because they distract, taking away from a consideration of the social into the physical characteristics of whichever material object is the focus) than studying oral aspect of culture.

Wendy Leeds-Hurwitz,
Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures, 1993, h. 77-78.

5

Teori Semiotika

> Semiologi berpendapat bahwa realitas material tidak pernah dapat dianggap benar, merekatkan maknanya pada manusia. Realitas senantiasa dikonstruksikan, dan dipahamkan pada pemahaman manusia melalui berbagai sistem makna yang secara kultural bersifat khusus.
>
> Dominic Strinati, *Popular Culture*, 2009: 175

Manusia, kata filsuf kebudayaan Ernest Cassirer (1944, dalam Saifuddin, 2005: 290), tidak hidup semata-mata dalam semesta fisik, manusia pun hidup dalam semesta simbolik. Bahasa, mitos, seni, dan agama adalah bagian-bagian dari semesta ini. Bagian-bagian dari semesta itu bagaikan aneka ragam benang yang terjalin membangun anyaman jaring-jaring simbolik. Semua kemajuan manusia dalam pemikiran dan pengalaman memperhalus dan memperkuat jaring-jaring ini. Cassirer bukan sekedar hendak mengungkapkan hakikat simbolik pengalaman manusia; lebih jauh dari itu, secara tersirat ia juga mengingatkan kembali tesis yang pernah dikemukakan oleh Wilhelm Dilthey (1833-1911), ahli filsafat Jerman yang menegaskan perbedaan antara ilmu-ilmu mengenai manusia dan ilmu-ilmu alamiah.

Dilthey membedakan rumpun ilmu menjadi *Naturwissenschaften* (ilmu-ilmu alam)[106] dan *Geistesswissenschaften* (ilmu-ilmu roh/budaya). Tipe pertama bertujuan mencapai eksplanasi, sedangkan tipe kedua bertujuan mencapai pemahaman (melalui prosedur interpretasi).[107] Eksplanasi berarti mengidentifikasi sebab-musabab umum dari suatu kejadian; sedangkan pemahaman adalah menemukan makna suatu kejadian atau praktik sosial dalam konteks sosial tertentu.

Manusia, menurut Dilthey, memang bagian dari dunia alamiah, tetapi manusia dibedakan dari makhluk-makhluk lainnya karena manusia memiliki kapasitas mental dalam berbahasa dan kapasitas intelektual dalam mengembangkan pengetahuan yang dipelajarinya. Perbedaan yang esensial ini membutuhkan metode, teknik, dan orientasi yang berbeda dari kajian mengenai fenomena alam lainnya. Salah satu paradigma yang berkembang sebagai bagian dari perwujudan atas “seruan” Dilthey itu adalah apa yang disebut sebagai “interpretivisme simbolik”.

Bagi interpretivisme (lihat Saifuddin, 2005: 287), tujuan dari suatu penelitian sosial adalah melakukan rekonstruksi makna atau signifikansi kejadian atau praktik sosial. Pendekatan interpretif berpendirian bahwa ilmu-ilmu sosial itu berbeda radikal dari ilmu-ilmu alamiah karena ilmu-ilmu sosial tak bisa tidak bergantung pada interpretasi perilaku manusia yang bermakna dan praktik-praktik sosialnya. Pendekatan ini menekankan arti penting partikularitas berbagai kebudayaan dan berpendirian bahwa sasaran sentral dari kajian sosial adalah interpretasi dari praktik-praktik manusia yang bermakna.

Interpretivisme Simbolik: Pengantar ke Semiotika

Paradigma yang diasosiasikan dengan antropolog Cliford Geertz itu secara esensial terkait dengan signifikansi makna bagi kehidupan manusia. Dalam konteks ini, istilah "makna" mengacu kepada pola-pola interpretasi dan perspektif yang dimiliki bersama yang mengejawantah dalam simbol-simbol, yang dengan simbol-simbol itu manusia mengembangkan pengetahuan mereka mengenai dan bersikap terhadap kehidupan (h. 303). Paparan selanjutnya mengenai paradigma interpretivisme simbolik ini merujuk kepada uraian Saifuddin (2005, khususnya Bab 8 mengenai "interpretivisme simbolik", h. 281-321).

Geertz, pendiri "interpretivisme simbolik", mengemukakan bahwa paradigma interpretivisme simbolik bertolak dari postulat bahwa jejaring makna (*web of meaning*) menunjukkan eksistensi manusia hingga suatu batas yang tak dapat direduksi menjadi sekadar hubungan kausalitas. Paradigma ini dikembangkan sebagai bagian dari re-evaluasi umum terhadap konsep-konsep dalam ilmu-ilmu sosial yang positivistik.[108, 109] Dengan berkembangnya kajian interpretif, proses mental pengamat (*observer*) maupun yang diamati (*observed*) ditambahkan kepada metodologi demi memahami dan meneliti perilaku manusia (h. 294).

Oleh sebab itu, antropologi (dalam perspektif paradigma interpretivisme simbolik) tidak dapat berangan-angan menjadi ilmu pengetahuan dengan cara seperti ilmu fisika, dengan hukum dan generalisasi yang didasarkan pada data empiris dan dapat diverifikasi. Geertz yakin bahwa antropologi harus didasari oleh realitas konkret; karena itu ia menyarankan, "apa saja, atau di mana saja, sistem-sistem simbol hadir, kita harus menemukan akses empiris dari sistem-sistem tersebut dengan cara mengkaji kejadian-kejadian" (h. 306). Akan tetapi, dari realitas itu, antropolog berupaya menemukan *makna*—bukan prediksi—yang didasarkan pada data empiris. Geertz menentang penggunaan model dalam penelitian sosial karena model terlalu abstrak dan membatasi analisis sosial dari kualitas yang hidup (h. 297).

Kajian mengenai fenomena manusia (baca: humaniora) seharusnya historis dan ideografik, yang dibedakan dari kajian fenomena alamiah yang abstrak dan dapat digeneralisasi.[110] Kajian ideografik adalah khusus dan didasarkan pada kasus yang sedemikian rupa dapat menangkap totalitas kehidupan dalam suatu masyarakat dalam kompleksitas dan variasinya. Perspektif yang lebih luas dapat dicapai dengan mengakumulasi banyak kasus, mengabstraksikan unsur-unsur esensial dari kasus-kasus tersebut untuk pembandingan, dan kemudian membangun generalisasi (h. 298). Sebab itu, paradigma interpretif berupaya menghindari analisis reduksionis di mana perilaku manusia direduksi menjadi dimensi tunggal, abstrak, yang didasarkan pada model dari pengamat/peneliti (h. 298).

Pendekatan interpretivisme simbolik memusatkan kembali perhatian pada berbagai wujud konkret dari makna kebudayaan, dalam teksturnya yang khusus dan kompleks, namun tanpa terjerumus ke dalam perangkap historisisme atau relativisme kebudayaan dalam bentuknya yang klasik. Sebab itu, Gertz menolak memandang kebudayaan sebagai seperangkat proposisi umum, melainkan sebagai jejaring makna yang dirajut manusia dan di dalamnya mereka mengoperasionalisasikan seolah mereka melaksanakan kegiatan sehari-hari. Dalam pandangan Geertz, mereduksi dunia menjadi perspektif sebab-akibat (eksplanatif) berarti menghilangkan hakikat manusia mengenai keberadaan.[111] Ini sama dengan pendekatan eksistensialis dari filsuf Prancis Jean Paul

Sartre yang, seraya mengakui pentingnya basis materailis bagi eksistensi, juga menekankan pentingnya kegiatan sehari-hari manusia dalam analisis sosial (h. 298).

Perspektif antropologi Geertz [dalam *The Interpretation of Culture*,1973] disebut interpretif, atau humanistik,[112] karena sasarannya adalah eksposisi yang menunjukkan adanya individualitas dan kompleksitas perilaku manusia yang bermakna—dan karena itu generalisasi sulit dibangun, meski bukan berarti tidak mungkin. Dalam perkembangannya kemudian, Geertz [dalam *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*, 1983] memandang tipe antropologi ini sebagai "semacam hermeneutika kebudayaan, suatu semantika tindakan" (h. 299). [113] Pendekatan hermeneutika terhadap ilmu-ilmu manusia dikembangkan oleh sejumlah ahli filsafat, seperti Ludwig Wittgenstein, Hans Georg Gadamer, Martin Heidegger, Paul Ricoeur, dan Jurgen Habermas.[114]

Pandangan hermeneutika menentang gagasan bahwa ilmu-ilmu humaniora dapat formal, fungsional, dan kuantitatif. Pandangan ini tidak menerima konsep bahwa ilmu pengetahuan berasal dari pengamatan atas dunia di mana pengamat netral atau objektif (h. 300). [115] Pada konteks ini, secara filosofis Geertz berhutang gagasan dari Wittgenstein dan Alfred Schutz yang menentang gagasan bahwa pengamat dapat netral, juga berhutang pada Heidegger yang berpandangan bahwa pencarian pengetahuan dikondisikan oleh kebudayaan, konteks, dan sejarah. Sedangkan secara metodologis, Geertz berhutang gagasan kepada Ricoeur. Pendekatan hermeneutika Ricoeur-lah yang paling memengaruhi pendekatan interpretif Geertz dalam antropologi. Ricoeur memandang peneliti ilmu sosial sebagai pembaca suatu teks (h. 301). Dalam hal ini Geetz—mengikuti Ricoeur—menggunakan konsep "analogi teks" sebagai prosedur dalam menginterpretasi kebudayaan. [116] Gagasan filosofis dari Immanuel Kant juga memberikan landasan orientasi yang penting bagi paradigma interpretivisme simbolik—selain kepada studi semiotika (h. 292).[117]

Paradigma interpretivisme simbolik memandang manusia sebagai pembawa dan produk, sebagai subjek sekaligus objek, dari suatu sistem tanda dan simbol yang berlaku sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pengetahuan dan pesan-pesan.[118] Simbol memberikan landasan bagi tindakan dan perilaku, selain gagasan dan nilai-nilai. Teori interpretif mengenai kebudayaan adalah suatu model dari manusia sebagai spesies yang menggunakan simbol. [119] Dalam pandangan teori interpretif, sistem simbolik merepresentasikan pengetahuan yang dikembangkan oleh suatu komunitas manusia dengan tradisi, sejarah, dan suatu sistem komunikasi tertentu.

Interpretivisme simbolik menekankan bahwa kebudayaan dan organisasi sosial tidak dapat terpisah dari individu, melainkan *dalam* dan *melalui* interpretasi individual mengenai kejadian-kejadian dan objek-objek di sekitarnya. Oleh sebab itu, analisis interpretif (atas sistem simbolik) dapat berlaku pada tingkat individual maupun pada tingkat masyarakat. Bertolak dari asumsi itu, Geertz sampai kepada gagasan bahwa keteraturan sosial itu adalah subjektif dan objektif, suatu ihwal nilai-nilai dan motivasi-motivasi individual, namun terikat dalam simbol-simbol publik dan komunikasi (h. 300).

Sebagai paradigma, menurut Geertz, kajian interpretif mengenai kebudayaan merepresentasikan suatu upaya untuk mengkaji diversitas cara-cara manusia mengonstruksi kehidupan mereka dalam upaya menciptakan keteraturan kehidupan mereka. Hal yang mendasar bagi kajian interpretivisme simbolik adalah tentang bagaimana manusia memformulasikan realitas mereka (h. 304). Dalam *Local Knowledge*

[1983], Geertz secara eksplisit menegaskan tugas esensial dari interpretivisme simbolik ini: ”kajian saya sendiri mencerminkan upaya untuk memahami bagaimana kita memahami pemahaman yang bukan pemahaman kita”.

Berhadapan dengan kemajemukan kompleks struktur konseptual manusia, interpretivisme simbolik—secara metodologis—berusaha bermula dengan memahami (makna struktur-struktur tersebut) dan kemudian menginterpretasinya (makna tersebut dalam bahasa yang dapat dipahami oleh pengamat. Interpretivisme simbolik mengemukakan bahwa deskripsi etik (sudut pandang pengamat/peneliti) mengenai makna harus dapat ditunjukkan secara nyata dalam realitas empiris dan dapat diungkapkan atau diidentifikasi sebagai bagian dari ranah emik (sudut pandang yang diamati/informan). Geertz menyatakan bahwa ”analisis kebudayaan adalah menduga-duga makna, menilai dugaan-dugaan itu, dan menggambarkan kesimpulan-kesimpulan eksplanatoris dari dugaan-dugaan yang lebih baik” (h. 306-307).

Dalam perspektif interpretivisme simbolik, kebudayaan adalah aspek yang bermakna mengenai realitas konkret atau realitas yang berkesesuaian dengan keadaan. Namun, realitas adalah jalinan hubungan yang kompleks, suatu totalitas yang secara terus-menerus mengambil bentuk, baik dalam realitas objektifnya maupun dalam cara manusia memandangnya Dunia luar dan pandangan subjektif terhadapnya adalah ibarat saudara kembar. Subjek dan objek menjadi satu dalam pandangan interpretivisme simbolik. Kejadian, objek, dan pengalaman terkandung dalam seperangkat makna, berpadu dalam suatu sistem simbol kebudayaan. Realitas ada nun di sana, tetapi tidak sebagai pengalaman yang murni atau sebagai peristiwa yang murni. Pada titik inilah interpretivisme memiliki kesetaraan paradigma dengan semiotika (h. 293).

Merujuk kepada semiotika, tanda adalah konstruk deliberatif untuk tujuan komunikasi yang tepat dan, dengan demikian, memainkan peranan penting dalam tindakan sosial, khususnya dalam tindakan teknikal, politik, dan ekonomi. Di mana saja sistem simbol adalah pedoman bagi tindakan. Sistem ini bekerja dalam konteks sosial yang memberikan kepada suatu simbol/tanda makna spesifiknya, karena suatu simbol/tanda dapat memiliki satu makna dalam satu konteks sosial dan makna lain dalam konteks yang berbeda pula (h. 294). Ditemukannya “ilmu” tentang sistem tanda (yakni “semiotika” atau “semiologi”) dipandang oleh ahli-ahli ilmu sosial-humaniora sebagai kemungkinan untuk menganalisis struktur mental secara lebih empirik. Kajian semiotika mengantarkan para ilmuwan untuk menghubungkan simbol dan tanda dengan tindakan sosial dan konteks sosial, suatu oreintasi pencarian sistem-sistem simbol yang merupakan kode perilaku pada berbagai tingkatan.

Sebagaimana semiotika—meskipun tidak memberikan tempat yang sentral kepada tanda seperti halnya semiotika—interpretivisme simbolik juga mengkaji sistem kode[120] dan pesan yang diterima oleh manusia melalui interaksi mereka dengan manusia lain dan dengan dunia alamiah. Namun, Geertz menegaskan, “kode” tidaklah menentukan perilaku karena “kebudayaan bukanlah kekuatan kausal, melainkan konteks”. Paradigma interpretivisme simbolik bertujuan mempelajari dan meneliti proses (pada suatu konteks), yang dengan proses itu manusia memberikan *makna* kepada dunia dan tindakan mereka (h. 295-296). Jadi, tujuan penelitian interpretivisme simbolik adalah menghasilkan eksplanasi interpretif yang baik, yaitu yang eksplanasi yang membuat suatu perilaku masuk akal. Akan tetapi, untuk menyepakati apa yang membuat masuk akal membutuhkan konsensus; yang membutuhkan masuk akal adalah fungsi

pemahaman seseorang; dan dalam hal ini, apa yang masuk akal didasarkan pada seperti apa *pemahaman* seseorang (286).

Meskipun eksplanasi yang dihasilkan interpretivisme simbolik bukan hubungan kausalitas mengenai perilaku manusia—melainkan eksplanasi interpretif—paradigma ini tidaklah dapat dituduh sebagai "tidak ilmiah". Ilmu pengetahuan mengeksplanasi fenomena dengan menempatkannya di bawah aturan-aturan umum (*general law*), akan tetapi tidaklah berarti bahwa ilmu pengetahuan selalu menuntut eksplanasi kausal. Menyamakan ilmu pengetahuan dengan eksplanasi kausal berarti mengacaukan suatu metode pengkajian dengan berbagai eksplanasi. Ada aturan-aturan lain selain hukum kausalitas, termasuk hukum ko-varian (h. 310).

Sisi pragmatik pada paradigma interpretivisme Geertz ini adalah pada upayanya untuk memfokuskan kembali antropologi—yang juga bisa berarti semua ilmu sosial—jauh dari pengaruh ilmu-ilmu alamiah dan menuju re-integrasi dengan bidang-bidang humanitas. Meskipun validitas dari ekplanasi interpretif pada umumnya dipandang agak lemah, tidak ada alasan yang mendasar bahwa eksplanasi interpretif tidak dapat memenuhi standar ilmiah dari ferivikasi. Selama eksplanasi interpretif itu sistematis, konsisten, koheren, bisa direplikasi, dapat dibuktikan, maka eksplanasi ini ilmiah. Eksplanasi interpretif yang ditawarkan interpretivisme simbolik menghendaki, meskipun tersirat, berlakunya *covering laws* induktif (310-311).

Geertz berargumen bahwa suatu analisis interpretif haruslah konsisten dengan "fakta" mengenai dunia dan dengan teori-teori yang menjadi landasan interpretasinya. Suatu eksplanasi interpretif bisa dianggap benar apabila mampu menjelaskan fenomena yang dikajinya lebih komprehensif, koheren, dan kuat daripada eksplanasi lainnya. Adalah tuntutan bagi interpretivisme simbolik untuk mengonstruksi suatu teks yang koheren dan eksplisit dari prinsip-prinsip eksplanatoris yang mampu menghasilkan eksplanasi semacam itu. Tugas rangkap interpretivisme simbolik adalah menganalisis unsur-unsur simbolik dari ranah semantik emik dan mengonstruksi prinsip-prinsip analitis untuk menjelaskan proses-proses etik kebudayaan (h. 312).

Kekuatan besar interpretivisme simbolik terletak pada kemampuan generalisasi—meskipun mensyaratkan akumulasi banyak kasus—dan eksplanasi etik dari paradigma itu. Dengan cara ini, interpretivisme simbolik menyumbang pandangan yang bernilai mengenai hakikat dan makna nuansa realisme simbolik. Geertz mengamati bahwa "peranan ilmu khusus seperti antropologi dalam analisis nilai-nilai bukanlah menggantikan kajian filsafat, melainkan membuatnya relevan bagi kehidupan" (h.113).

Sebagai kesimpulan mengenai paradigma interpretivisme simbolik ini, berikut dipaparkan secara ringkas asumsi-asumsi teoretis paradigma ini. *Pertama*, interpretivisme simbolik berasumsi bahwa tindakan sosial suatu masyarakat cenderung teratur, dan hingga batas tertentu dapat diprediksi dan dipahami, baik oleh pelaku maupun pengamat. *Kedua*, kehidupan memiliki makna (karena manusia memberikan makna kepadanya). Dunia kehidupan membangun suatu sistem tanda atau simbol yang dimiliki bersama (baca: kebudayaan) yang di dalamnya makna mengejawantah dan diekspresikan (h. 307-308). *Ketiga*, kebudayaan berkarakter partikular (tidak universal), dan berpendirian bahwa sasaran sentral dari kajian sosial adalah interpretasi dari praktik-praktik manusia yang bermakna secara kontekstual. *Keempat*, simbol memiliki karakter "multivokalik", yakni kemampuan simbol untuk merepresentasi beberapa makna yang berbeda-beda sekaligus. Asumsi lain adalah perihal karakter prosesual dari sistem sosial. Interpretivisme simbolik berasumsi bahwa

simbol memainkan peran penting dalam proses sosial-budaya. Bagi Geertz, analisis kebudayaan bukanlah ilmu eksperimental dalam mencari generalisasi/hukum, melainkan interpretif dalam mencari makna; karena itu, mengetahui dan memahami realitas emik diperlukan dalam pendekatan interpretif (h. 308). *Kelima*, ilmu-ilmu sosial-humaniora harus interpretif dan hermeneutik dan bahwasanya pengkajian sosial bergantung secara eksklusif pada faktor-faktor objektif (hubungan kausal, struktur sosial, rasionalitas abstrak) akan mengalami kegagalan. Tujuan ilmu sosial yang semata-mata hendak memprediksi pola aktual kejadian sosial atau historis tidak akan memadai (h. 288). *Keenam*, program interpretif dalam ilmu-ilmu sosial-humaniora bisa dipresentasikan dalam tiga pokok berikut: terdapat keanekaragaman budaya yang luas berkenaan dengan cara kehidupan sosial dikonseptualisasikan, dan perbedaan-perbedaan tersebut dengan sendirinya meningkatkan diversitas dunia sosial; praktik-praktik sosial (misal: tawar-menawar, perjanjian, pergi bekerja, mengasuh anak) dimanifestasikan oleh makna yang diberikan oleh para pelaku kepada praktik tersebut; dan tidak ada ”fakta kasar” dalam ilmu sosial—yakni fakta yang tidak berkaitan dengan makna spesifik dalam kebudayaan (h. 287).

Dengan asumsi-asumsi teoretis seperti itu, secara paradigmatik interpretivisme simbolik dapat berimplikasi luas terhadap ilmu-ilmu sosial lain. Dengan bergeser dari menemukan eksplanasi ke menemukan makna dan interpretasi, dari menjelaskan kausalitas ke menjelaskan pemahaman, konsep ilmiah interpretivisme simbolik menentang kemapanan konsep ilmiah Carl Hempel[121] yang berciri positivistik. Geertz menekankan signifikansi konteks sosial sebagai unsur yang sangat penting dalam memahami makna simbol. [122] Dengan ini, Geertz mempertanyakan kelayakan deskriptif dari model hukum yang berlaku umum—model Hempel—dalam upaya mengklarifikasikan hakikat masalah-masalah tertentu yang dihadapi ilmu-ilmu sosial dan psikologi. Dikemukakannya bahwa model “hukum yang berlaku umum” (*general laws* atau *covering laws*) dari Hempel bukanlah bentuk yang ideal bagi semua pemikiran ilmiah, dan bahwasanya dasar-dasar ilmu-ilmu semantika dan semiotika justru mengelak dari upaya generalisasi tersebut dalam rangka memahami keteraturan (h. 315-316).[123]

Demikianlah secara ringkas interpretivisme simbolik dan humanistik dari Geertz yang mengambil humanitas sebagai model. Interpretivisme simbolik didasarkan, untuk sebagian, pada tren-tren baru dalam ilmu-ilmu humaniora. Metodologi dan perspektif ini memodifikasi epistemologi tradisional empiris demi mengusulkan pendekatan baru, yakni interpretivisme (h. 302).[124] Interpretivisme memperoleh tempat yang penting dalam pemikiran pascamodernisme ilmu-ilmu sosial semenjak akhir abad ke-20 hingga awal abad ke-21 ini (h. 292). Gagasan tentang kebudayaan sebagai sistem simbol, dan simbol adalah bersifat publik, memberikan alternatif yang penting bagi upaya memahami kebudayaan dan masyarakat melalui tindakan sosial, praktik sosial, dan makna. Definisi simbolik dari kebudayaan itu, adalah bagian dari suatu tren yang memandang kebudayaan sebagai ilmu mengenai makna-makna—yang karena itu harus didekati secara interpretif. Ini berarti bahwa seluruh semesta dipenuhi oleh tanda-tanda.

Teori Semiotika[125]

Semiotika (*semiotics*)—atau “semiologi” (*semiology*)—adalah ilmu yang mengkaji tanda (*sign*) dalam kehidupan manusia. Artinya, semua yang hadir dalam kehidupan manusia

dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus diberi makna. Definisi ini dirumuskan oleh ahli linguistik Swiss Ferdinand de Saussure (1857-1913)[126] dalam *Course in General Lingusitics* (1916), yang terbit secara anumerta atas jasa para mahasiswanya. Persisnya, Saussure mendefinisikan semiotika sebagai ”ilmu yang mengkaji tentang tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial”.[127] Istilah semiotika (atau semiologi) itu sendiri berasal dari bahasa Yunani *semeion*, yang berarti “tanda” (Cavallaro, 2004: 29).

Saussure mendefinisikan *tanda* sebagai kesatuan yang tak terpisahkan dari satu penanda (*signifier*)[128] dan satu petanda (*signified*)[129]—seperti halnya kedua permukaan selembar kertas atau kedua sisi dari sekeping uang logam. Atau, dalam penjelasan semiotikawan Benny H. Hoed (2008: 3), Saussure melihat tanda sebagai pertemuan antara bentuk (yang tercitra dalam kognisi seseorang)[130] dan makna (atau isi, yakni yang dipahami oleh manusia pemakai tanda). Saussure menggunakan istilah penanda untuk segi bentuk atau ekspresi suatu tanda, dan petanda untuk segi makna atau konsepnya. Hubungan antara bentuk dan makna, menurut Saussure, tidak bersifat pribadi, tetapi sosial, yakni didasari oleh “kesepakatan” (konvensi) sosial. Dengan demikian, Saussure dan para pengikutnya melihat tanda sebagai sesuatu yang menstruktur (proses pemaknaan berupa kaitan antara penanda dan petanda) dan terstruktur (hasil proses tersebut) di dalam kognisi manusia. Oleh sebab itu, pemikiran Saussure ini kemudian disebut sebagai semiotika strukturalis.[131]

Konsepsi Saussure tersebut adalah suatu proposisi yang sangat penting, sebab orang berkecenderungan untuk menggunakan istilah tanda untuk menyebut hanya penanda, padahal tanda adalah suatu realitas berwajah dua: disusun oleh sebuah penanda dan satu petanda. Wilayah yang dihuni penanda-penanda merupakan wilayah ekspresi dan yang dihuni oleh petanda-petanda merupakan wilayah isi. Melalui konsep tanda yang diformulasikannya (*ibid*: 3-4), Saussure sampai kepada gagasan bahwa dimungkinkan adanya suatu ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda dalam masyarakat. Ilmu semacam itu, yang menurutnya merupakan bagian dari psikologi sosial, akan dinamai “semiologi” (*semiologie*), yang akan memperlihatkan apa yang membentuk tanda dan kaidah apa yang berlaku baginya.

Salah satu teoretikus budaya kontemporer yang menjabarkan konsep tanda dari Saussure tersebut adalah John Fiske. Dalam *Introduction to Communication Studies* (1990, dalam Sardar & Loon, 2001: 10-12), Fiske merumuskan tiga karakteristik dasar konsep tanda dalam semiotika Saussurean: memiliki bentuk yang konkret, merujuk pada sesuatu yang bukan dirinya sendiri, dan dapat dikenali kebanyakan orang sebagai tanda. Bentuk fisik tanda disebut sebagai penanda. Sedangkan yang dirujuk oleh tanda, asosiasi mentalnya, atau maknanya, disebut sebagai petanda. Tanda sering disusun sebagai kode, yang ditentukan oleh aturan-aturan implisit dan eksplisit yang disepakati oleh anggota suatu kebudayaan atau kelompok sosial. Sebuah sistem tanda bisa jadi membawa pesan dan makna yang disandikan, yang dapat dibaca oleh mereka yang mengerti kode tersebut.

Sebuah struktur penandaan yang tersusun atas tanda dan kode adalah teks[132] yang dapat dibaca[133] karena tanda dan maknanya yang disandikan. Karena teks terbentuk dari tanda dan kode, teks juga memiliki sifat dasar yang dimiliki oleh keduanya. Karena hubungan antara bentuk (penanda) dan makna (petanda), seperti dikatakan Saussure, tidak bersifat pribadi tetapi sosial, maka kode-kode dan teks sosial yang tersusun atau terbentuk dari sekumpulan tanda juga bersifat sosial. Dengan kata lain, tidak ada hubungan hakiki antara penanda dan petanda, karena itu hubungan keduanya senantiasa arbitrer dan konvensional. Ini berarti bahwa secara implisit terdapat prinsip

bahwa semiotika sangat menyandarkan dirinya pada kode sosial (*social code*) atau konvensi sosial (*social convention*) yang berlaku di dalam suatu masyarakat sehingga tanda dapat dipahami maknanya secara kolektif (Piliang, 2003: 256).[134]

Gagasan Saussure mengenai sistem tanda tersebut bertolak dari teori lingustik. Saussure bertolak dari asumsi bahwa bahasa adalah fenomena budaya, dan bahasa menghasilkan makna dalam cara yang khusus. Bahasa memproduksi makna melalui sistem hubungan dengan menciptakan jaringan persamaan dan perbedaan.[135] Lebih jauh, Saussure memandang bahasa sebagai medium yang dengannya realitas material direpresentasikan, dan menekankan peranan konstitutif bahasa yang dimainkan dalam mengonstruksi realitas bagi manusia. Pengalaman dan pengetahuan beserta seluruh kognisi itu dimediasi oleh bahasa. Bahasa mengorganisasikan objek kasar (benda-benda), aliran suara, derau dan persepsi, beroperasi di dunia, dan menganugerahinya dengan makna dan nilai (Jalasutra, 2007: xxxiii).

Roland Barthes (2007a), salah satu pewaris pemikiran Saussure yang paling terkemuka, mengembangkan lebih lanjut konsep tanda dari Saussure ke ranah di luar fenomena linguistik agar konsep tanda dapat menjangkau tanda nonverbal seperti artefak budaya. Selain memperjelas konsep tanda dari Saussure,[136] Barthes juga membedakan antara tanda linguistis dan tanda semiotis. Seperti halnya tanda linguistis, tanda semiotis juga disusun oleh satu penanda dan satu petanda (warna lampu lalu lintas, misalnya, adalah suatu perintah sirkulasi, yang ada dalam kode jalan raya). Tetapi, substansi tanda semiotis berbeda dari substansi tanda linguistis. Banyak sistem semiotis (objek-objek, isyarat, gambar-gambar) yang menghadirkan substansi ekspresi di luar signifikasi (pemaknaan)[137] linguistisnya. Seringkali, sistem-sistem ini adalah objek-objek yang memiliki kegunaan tertentu, yang dibuat oleh masyarakatnya menjadi sesuatu yang bisa digunakan untuk tujuan-tujuan signifikasi semiotis (h. 40). Sebagai contoh, guna pakaian adalah untuk melindungi diri, guna makanan untuk mengenyangkan perut; namun, pakaian dan makanan juga dapat digunakan untuk signifikasi semiotis, misalnya untuk pembentukan identitas diri atau kelompok.

Barthes menyebut tanda-tanda semiotis yang "memiliki kegunaan tertentu", yang fungsional (pakaian untuk melindungi diri, makanan untuk mengenyangkan perut), itu sebagai "tanda-fungsi". Tetapi, tanda-fungsi ini dapat dimasuki oleh makna lain selain makna fungsionalnya. Proses ini terjadi ketika tanda digunakan dalam masyarakat (pakaian dan makanan juga digunakan untuk menunjukkan identitas dan posisi orang secara sosial) (h. 40). Inilah yang mendasari lahirnya postulat Barthes (dalam *Elements of Semiology*, 1967), yang terkenal: "*once society exists, every usage is converted into a sign of this usage*". Sebagai ilustrasi, penggunaan mantel hujan memang bertujuan untuk melindungi diri terhadap hujan, tetapi penggunaan mantel ini tidak bisa dipisahkan dari tanda suatu situasi atmosferis tertentu. Sebuah mobil, selain memiliki nilai ketika ia digunakan sebagai objek (yakni nilai guna sebagai alat transportasi), ia juga memiliki nilai simbolis. Ia menjadi wahana tanda bagi sebuah unit semantis yang bermakna "kecepatan" atau "kenyamanan" atau "kekayaan" (Eco, 2009: 39-40). Jadi, setiap objek yang digunakan oleh masyarakat akan senantiasa memiliki signifikasi. Untuk menemukan suatu objek yang tak bersignifikasi, kata Barthes (h. 40), orang harus membayangkan adanya suatu alat yang sama sekali hasil improvisasi dan yang sama sekali tidak mirip dengan model apa pun yang ada. Tetapi, ini adalah hipotesis yang lebih kurang tidak bisa direalisasikan dalam masyarakat.

Lebih lanjut Barthes menyatakan, sekali tanda itu muncul, maka masyarakat akan me-*re-fungsionalisasi*-kannya, dan membicarakannya sebagai suatu objek penggunaan: orang

membicarakan mantel bulu seolah mantel itu hanya digunakan untuk melindungi diri dari dingin—padahal tidak demikian. Fungsionalisasi yang hadir berulang kali, yang membutuhkan suatu *langage*[138] kedua bagi keberadaannya, sama sekali tidak sama dengan fungsionalisasi pertama. Fungsi yang dihadirkan kembali (*représenté*) itu berkorespodensi dengan suatu institusi semantis kedua (yang disamarkan), yang merupakan tatanan konotasi. Jadi, tanda mungkin memiliki suatu nilai antropologis, selain nilai fungsionalnya, sebab fungsi ini adalah juga suatu kesatuan di mana terjalin erat hubungan antara segala yang bersifat teknis dan apa pun yang bersignifikasi (h. 41).

Selain Saussure, ada tokoh lain yang dianggap sebagai peletak dasar semiotika modern, yakni Charles Sanders Peirce (1839-1914), filsuf Amerika yang melihat tanda tidak sebatas pada kebudayaan, tetapi juga mencakup tanda alami—asalkan ia direspons oleh manusia sebagai tanda. Peirce mengidentifikasi tiga tipe tanda: *icon*, sebuah tanda yang didasarkan pada kemiripan antara penanda dan petanda (seperti potret); *index*, sebuah tanda di mana penanda dan petanda terhubungkan secara kausal (misalnya adanya asap menandakan adanya api); dan lambang (*symbol*) (Cavallaro, 2004: 32; Hoed, 2008: 42).[139] Namun, seperti dikatakan Hoed (2001: 192). Bagi Peirce, tanda bukan sesuatu yang terstruktur, melainkan suatu proses yang disebut "semiosis". Semiosis adalah suatu proses dalam kognisi sesorang yang membuat suatu tanda berfungsi sebagai tanda, yaitu mewakili yang ditandainya. Peirce mengemukakan bahwa semiosis merupakan "*tripple connection of sign, thing signified, cognition produced in the mind*" (Hoed, 2001: 192).

Titik tekan teori semiotika Peirce pada konsep semiosis tersebut membedakannya dari Saussure yang titik tekan teorinya adalah pada konsep tanda (dan aspek sosial di belakang penandaan). Jadi, pemikiran semiotika Peirce lebih tertuju pada "*the logic of general meaning*" (Christomy, 2004: 111). Hasil yang akan diperoleh dari penelitian semiotika Peircean ini ialah proses semiosis yang memberikan "makna" unsur kebudayaan yang dipandang sebagai tanda. Dari sini akan diperoleh "pengetahuan" dan "pemahaman" atas gejala budaya yang diteliti (Hoed (2008: 21).[140] Tetapi, ada segi yang sama di antara Peirce dan Saussure, yakni soal watak arbitrer tanda. Peirce mengatakan bahwa hubungan antara penanda dan petanda adalah sama sekali arbitrer. Menurutnya, sebuah tanda hanya sanggup menyampaikan makna oleh karena seorang penafsir (*interpreter*) sanggup mengenalinya *sebagai sebuah tanda* dan menghubungkannya dengan berbagai aspek relevan. Pada saat yang sama, segala sesuatu dapat diterima sebagai tanda sepanjang ada *interpreter* yang cenderung memahaminya seperti itu (Cavallaro, 2004: 31-33).

Pemikiran Saussure (yang berlanjut ke Barthes) dan Peirce tersebut kemudian dipadukan oleh semiotikawan asal Italia Umberto Eco[141] dalam *Teori Semiotika* (2009).[142] Dalam buku ini yang edisi Inggrisnya terbit pada 1976 ini, Eco menggali berbagai kemungkinan teoretis untuk memetakan setiap fenomena signifikasi dan komunikasi yang berlangsung antarmanusia. Eco meramu ulang pemikiran keduanya untuk kemudian menawarkannya dalam bentuk teori semiotika terpadu. Eco mengembangkan hipotesis bahwa semiotika merupakan studi yang mengkaji seluruh proses kultural sebagai proses komunikasi. Ini berarti bahwa masing-masing proses tersebut hanya mungkin berlangsung kalau ada sistem signifikasi yang jadi landasannya. Hipotesis ini bermula dari kesimpulan Eco terhadap perbedaan di antara pemikiran Saussure dan Peirce. Bila semiotika Saussurean mengasumsikan proses komunikasi yang mengandaikan adanya pengirim (*sender*) dan penerima (*receiver*) pesan; maka semiotika Peircean mengasumsikan proses signifikasi, sebuah proses pelahiran tanda dan makna (Christomy, 2004: 114). Semiotika

Peircean tidak mempersoalkan tujuan berkomunikasi, melainkan pemahaman terhadap suatu tanda sehingga proses kognisinya lebih diperhatikan daripada komunikasinya.

Eco mengasumsikan adanya perbedaan di antara proses signifikasi dan proses komunikasi. Eco berargumen bahwa proses signifikasi tidak selalu mensyaratkan adanya konvensi sosial atau kultural yang sudah terbentuk dan berlaku dalam masyarakat yang mewadahi hubungan antara penanda dan petanda. Ada juga jenis hubungan (antara penanda dan petanda) dalam bentuk lain yang memungkinkan hadirnya representasi, baik dalam bentuk perilaku maupun material, yang belum dilekati oleh makna konvensional yang telah membeku. Dengan kata lain, tidak seluruh proses komunikasi senantiasa mengandaikan adanya pengirim dan penerima pesan. Proses signifikasi dapat saja terjadi tanpa kemunculan (secara definitif) seorang pengirim pesan. Inilah yang disebut Eco sebagai "semiotika signifikasi". Padahal Saussure—yang bertolak dari teori linguistik dan mengabstraksikan penanda sebagai sistem kognitif belaka—mengandaikan bahwa signifikasi hanya terjadi melalui proses komunikasi, yakni ada pengirim pesan dan penerima pesan (bandingkan dengan Christomy, 2004: 140-141).

Bertolak dari kesimpulan tersebut, Eco membedakan semiotika menjadi dua jenis, semiotika signifikasi dan semiotika komunikasi. Semiotika signifikasi lebih berkarakter Peircean, sedangkan semiotika komunikasi lebih berwatak Saussurean. Meski memiliki jalur metodologisnya sendiri, keduanya justru saling berkelindan dalam proses kultural. Ini memicu gagasannya mengenai semiotika sebagai teori umum kebudayaan. "Signifikasi" terjadi kala sesuatu yang secara aktual hadir dalam kognisi seseorang kemudian dipersepsinya sebagai mewakili sesuatu yang lain (jadi, "sesuatu" yang hadir itu merangsang—melalui serangkaian stimulus—respons interpretif di dalam diri si penerima) (h. 9). Proses yang disebut "semiosis" ini melibatkan kode, karena itu semiotika signifikasi memerlukan teori kode, yakni seperangkat tanda yang dikombinasikan sehingga memungkinkan maknanya dibaca menurut konvensi sosial yang berlaku. Jadi, signifikasi menekankan segi pemahaman. Sedangkan 'komunikasi' ialah perpindahan informasi dari sebuah sumber (pengirim pesan) ke sebuah tujuan (penerima pesan). Proses ini menjadi mungkin karena adanya sebuah sistem signifikasi. Tindak komunikasi menuntut kerja fisik "mengucapkan"[143] (h. 227), dan karena itu semiotika komunikasi memerlukan teori produksi-tanda.[144] Jadi, sistem signifikasi adalah konstruk semiotis mandiri,[145] sedangkan sistem komunikasi antarmanusia selalu bergantung kepada sistem signifikasi (h. 10). Semiotika komunikasi menekankan kajiannya pada pemaknaan tanda dari segi interaksi antara pengirim dan penerima (Hoed, 2008: 44).[146] Sedangkan semiotika signifikasi menekanan kajiannya pada pemahaman sebagai bagian dari proses semiosis.

Selain pembedaan antara semiotika signifikasi dan semiotika komunikasi, ide mengenai semiotika sebagai teori umum kebudayaan—meski ini tidak berarti bahwa semiotika dapat menggusur antropologi kultural—adalah kontribusi penting lain dari Eco. Dengan gagasan ini, Eco hendak menegaskan bahwa makna adalah satuan kultural, berarti ia adalah hasil kreasi dan konstruksi manusia. Watak esensial dari makna ini memungkinkannya digunakan untuk mengekspresikan kebenaran maupun kebohongan. Jadi, bukan tanpa alasan bila Eco mengatakan bahwa semiotika adalah ilmu yang mengkaji segala sesuatu yang dapat digunakan untuk berdusta (h. 7). Eco mempostulasikan bahwa setiap ada signifikasi, ada kemungkinan ia digunakan untuk berdusta. Tatakala ada kesempatan untuk berbohong, di situ ada fungsi-tanda yang dapat dipakai untuk menandai (dan mengomunikasikan) sesuatu yang sama sekali tidak sesuai dengan kenyataan.

> Setiap kali ada kebohongan, di situ ada signifikasi. Setiap ada signifikasi, ada kemungkinan dia digunakan untuk berbohong. *Tatakala ada kesempatan untuk berbohong, di situ ada fungsi-tanda*: yang dapat dipakai untuk menandai (dan untuk mengomunikasikan) sesuatu yang sama sekali tidak sesuai (berkorespondensi) dengan kenyataan. Teori kode harus mempelajari segala sesuatu yang bisa digunakan untuk berbohong. Kemungkinan berbohong adalah *proprium* (syarat) semiosis sebagaimana halnya kemungkinan tertawa yang merupakan *proprium* manusia sebagai *animal rationale* (h. 84).

Postulat itu konsisten dengan definisi Eco mengenai "tanda". Dalam *A Theory of Semiotics* (1976), Eco mendefinisikan "tanda" sebagai "segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai pengganti sesuatu yang lain", dan "sesuatu yang lain" itu tidak perlu benar-benar eksis agar tanda dapat menggantikannya.

> *Semiotics is concerned with everything that can be taken as a sign. A sign is everything which can be taken as significantly substituting for something else. This something else does not necessarily have to exist or to actually be somewhere at the moment in which a sign stands for it. Thus semiotics is in principle the discipline studying everything which can be used in order to lie. If something cannot be used to tell a lie, conversely it cannot be used to tell the truth; it cannot be used "to tell" at all. I think that the definition of a "theory of the lie" should be taken as a pretty comprehensive program for a general semiotics.* (h. 7).

Postulat dan definisi itu menghubungkan teori semiotika Eco dengan pemikiran pascamodernisme seperti konsep hipersemiotika (*hyper-semiotics* atau *hyper-signs*),[147] hiperealitas (*hyperreality*),[148] dan simulasi (*simulation*)[149] dari filsuf Prancis Jean Baudrillard.[150] Dusta atau kebohongan yang dimaksud oleh definisi Eco mengenai "tanda" itu memang bukan jenis kebohongan yang harfiah, melainkan kebohongan cerdas yang hanya bisa dilakukan oleh para pakar—meminjam istilah Milan Kundera—"imagologi" (*imagology—image*: citra).[151] Mereka adalah para ahli komunikasi, periklanan, media massa, industri perfilman, desainer. Di bawah kuasa imagologi inilah terbentuk kondisi hipereal. Dunia hiperealitas, menurut Piliang (2008: 53), dapat dipandang sebagai dunia perekayasaan (dalam pengertian distorsi) realitas lewat *hyper-sign*, sedemikian rupa sehingga tanda-tanda tersebut kehilangan kontak dengan realitas yang direpresentasikannya. Hiperealitas menciptakan satu kondisi yang di dalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian, masa lalu berbaur dengan masa kini, fakta bersimpang siur dengan rekayasa, dusta bersenyawa dengan kebenaran. Hiperealitas dilukiskan oleh Baudrillard sebagai sebuah dunia yang dalam kontruksinya tidak dapat dilepaskan dari produksi dan permainan bebas tanda-tanda yang melampaui (*hyper-signs*), yakni sebuah tanda yang melampaui prinsip, definisi, struktur, dan fungsinya sendiri. Dunia hiperealitas, dengan demikian, tidak dapat dipisahkan dari dunia hipersemiotika.

Dalam pemikiran filsuf pascamodernisme Jean Baudrillard, konsep hiperealitas itu bahkan didefinisikannya lebih ekstrem.[152] Hiperealitas, kata Baudrillard, adalah produk sejati dari simulasi, yaitu proses penciptaan tiruan realitas yang aslinya tidak ada. Melalui cara itu, sesuatu yang bersifat khayali dapat dibuat jadi tampak nyata. Ada dusta di sana—dan dengan semiotika orang bisa tahu bila ada dusta yang disorongkan kepadanya, sefasih apa pun dusta itu. Sebagai ilustrasi, restoran cepat saji McDonald's dicitrakan sebagai modern, dan karena itu makanan yang dijualnya pun berkualitas baik. Pemaknaan (*signification*) bahwa yang modern itu baik (dalam hal makanan berarti sehat) ternyata telah digunakan untuk mengeskpresikan sesuatu yang

tidak nyata. Buktinya, banyak ahli gizi sepakat bahwa makanan ala McDonald's tidak menyehatkan. Citra umum karakter orang Amerika Serikat yang kosmopolitan, sebagaimana yang dikonstruksi oleh industri perfilman Hollywood dan kemudian dikomunikasikan ke seluruh penjuru dunia, dalah contoh lain tentang hiperealitas? Realitasnya, banyak orang Amerika yang berpikir secara parokial dan hanya mengenal negeri dan kulturnya sendiri.

Demikianlah paparan ringkas teori semiotika dengan mengacu kepada pemikiran tiga tokoh utamanya: Saussure, Peirce, Eco. Dalam perkembanganya kemudian, seperti dikatakan Piliang (2003: 255-278), penggunaan semiotika sebagai metode "pembacaan" di dalam berbagai cabang keilmuan menjadi sangat dimungkinkan karena adanya kecenderungan dewasa ini untuk memandang berbagai diskursus sosial, politik, ekonomi, budaya, seni, dan desain sebagai fenomena bahasa.[153] Berdasarkan pandangan semiotika, bila seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka ia dapat pula dipandang sebagai *tanda*. Hal ini dimungkinkan, oleh karena luasnya pengertian tentang tanda itu sendiri.[]

6

Semantika Artefak[154]

> Berdasarkan visi semiotik, semua objek yang diciptakan manusia [artefak], secara langsung atau tidak akan membuat pernyataan (*statement*) melalui bentuknya; objek tidak pernah betul-betul netral. Objek bagaikan seorang ahli retorika. Ia menjadi tanda (*sign*) dengan berbagai makna (*signified*) yang dimuat di dalamnya. Ia menjadi bagian dari proses sosial dan komunikasi.
>
> Yasraf A. Piliang, *Dunia yang Dilipat*, 1998: 328.

Tanda, sebagaimana dikonsepsikan oleh para semiotikawan, memiliki berbagai macam bentuk. Kata-kata, tentu saja, adalah bentuk tanda yang paling akrab dengan kehidupan manusia—ia mewakili (*stand for*) sesuatu, gagasan, konsep, dan lainnya. Tetapi, terdapat berbagai bentuk tanda lain, selain kata-kata, yang barangkali tidak dianggap sebagai tanda—padahal ia adalah juga tanda. Berbagai macam objek dan artefak, sesungguhnya adalah tanda. Ihwal ini telah dinyatakan oleh Berger (2004) dengan gamblang:

> *Objects and artefacts—the things that make up what is known as material culture—also serve as signs and can convey a great deal of information. When we 'read' people, either in real life or in mass-mediated texts such as advertisements, commercials, and films, we pay a great deal of attention to things like their hairstyles, the clothing and the shoes they wear, and their body ornaments. All of these objects are signs meant to convey certain notions about what these people are like. In addition, where people are located tells us a great deal about them. If they are in a room, we scrutinize the furniture and other objects in the room, the color of the walls, and any paintings or drawings on the walls. [...] Some anthropologists study people's garbage to gain information about their lifestyles. Frequently what these garbologists find in people's garbage contradicts statements the people themselves have made to these researchers about their tastes and lifestyles* (h. 12).

Apa yang dikemukakan oleh Berger itu memiliki implikasi konseptual penting yang menegaskan pertautan erat antara teknologi dan budaya. Argumennya, karena "kebudayaan material" (*material culture*)[155]—atau artefak dalam pengertian yang lebih luas—adalah entitas teknologis, dan objek-objek artefaktual adalah tanda ("*objects are signs*", kata Berger), maka dapat dikatakan bahwa teknologi adalah wahana (*vehicle*) bagi petanda, suatu medium material yang dihuni oleh makna-makna budaya. Selanjutnya, dapat dijelaskan bahwa makna-makna adalah dimensi simbolik atau maknawi dari praktik sosial (lihat pembahasan hal ini pada Bab 3); dan akhirnya, setiap praktik sosial senantiasa melibatkan objek-objek artefaktual/ teknologis.

Dalam pengertian tersebut, tersimpul suatu gambaran bahwa entitas teknologis, kultural, dan sosial sesungguhnya kait-mengait secara sangat erat membentuk suatu relasi segi tiga. Jadi, objek-objek artefaktual, selain merupakan medium bagi makna kultural, juga merupakan medium komunikatif bagi praktik sosial. Atau, dalam ungkapan Leeds-Hurwitz (1993: 77), artefak adalah "*material manifestations of the social realities*". Bahwa artefak, atau dalam kategori luasnya adalah *material culture*, adalah medium komunikatif bagi praktik sosial, hal ini sudah ditegaskan sejak lama oleh para semiotikawan, sebagaimana yang dikemukakan oleh Leeds-Hurwitz, yang saya kutip sebagai teks pembuka bab ini. Penegasan yang sama dikemukakan oleh para antropolog budaya. Arkeolog Universitas Cambridge Cristhopher Tilley, misalnya, dalam *The Meaning of Things* (1989) mengatakan bahwa *material culture*:

> *…is a framing and communicative medium involved in social practice. It can be used for transforming, storing, or preserving social information. It also forms a symbolic medium for social practices, acting dialectically in relation to that practice. It can be regarded as a kind of text, a silent form of writing and discourse; quite literally, a channel of reified and objectified expression. [...] Although material culture may be produced by individuals, it is always a social production. This is because it does not seem to be at all fruitful to pursue a view of the human subject as endowed with unique capacities and attributes, as the source of social relations, font of meaning, knowledge and action. ... this 'liberal' humanist view of humanity is largely an 18th century creation. In regarding material culture as socially produced, an emphasis is being placed on the constructedness of human meaning as a product of shared systems of signification. The individual does not so much construct material culture or language, but is rather constructed through them* (1989: 189).

Tepatlah apa yang dikatakan Barthes dalam *Mythologies* (1972, dalam Hoed, 2008: 59), bahwa "*... for any material can arbitralily be endowed with meaning*". Dalam berbagai karyanya, Barthes secara konsisten menunjukkan konsepsi ini: bahwa semua jenis produksi budaya (termasuk objek artefaktual) adalah teks. Teks, dengan demikian, jelas melampaui bahasa. Semiotikawan Umberto Eco, dalam *Teori Semiotika* (2009), juga mengatakan demikian: objek-objek sebagai sarana komunikatif masuk ke dalam ranah semiotika, yang merentang dari arsitektur hingga objek-objek pada umumnya. "Orang-orang berkomunikasi satu sama lain melalui wahana beragam, dari pakaian yang mereka kenakan sampai rumah-rumah yang mereka tempati."

Artefak teknologis adalah juga objek—yang sudah dimanipulasi oleh manusia. Sebab itu, dalam kerangka mengkaji objek-objek artefaktual sehari-hari, adalah sangat esensial untuk memahami apa yang disebut sebagai "semiotika artefak"—atau lebih tepatnya adalah "semantika artefak".[156] Semantika artefak mengkaji potensi komunikatif artefak-artefak budaya. Paradigma semantika artefak adalah "bahasa komoditas" (*the langauge of commodities*) (Ibrahim, 2009: xiii). Arti penting pengkajian semantika artefak ini dinyatakan oleh Trubshaw (2003): "*material objects are important … for the meanings we give to them, that is what they* "*signify*". *Semiotics stands at the furthest extreme from materialist visions of human culture*." Ernest Dichter, dalam *The Handbook of Consumer Motivation* (1964, dalam Berger, 2000), yang salah satu babnya adalah "The Psychology of the World of Object", menulis bahwa objek-objek mempunyai "jiwa".

> Objek-objek yang mengelilingi kita tidak hanya mempunyai aspek-aspek kegunaan; sebaliknya, mereka semacam cermin yang merefleksikan kesan kita. Objek-objek di sekitar kita memungkinkan kita untuk mengenali lebih banyak aspek lagi tentang diri kita sendiri. […] Oleh karena itu, dalam sebuah pengertian, pengetahuan tentang jiwa benda-benda mungkin

adalah suatu cara baru yang bersifat langsung dan revolusioner untuk mengetahui jiwa manusia. Uraian tentang kekuatan dan arti dari berbagai tipe benda dapat menghadirkan aspek-aspek baru pribadi manusia modern untuk dipahami (h. 33).

Arthur Asa Berger (2000), menulis hal serupa:

> Artefak-artefak dan objek-objek lain (yang disebut "budaya material" oleh para antropolog) memberikan banyak informasi. Pikirkanlah, misalnya, tanda-tanda yang diperlihatkan seseorang kepada yang lain: kacamata, pakaian, sepatu, dompet, tas dan tas kantor, dan sebagainya. Ketika kita menempatkan seseorang pada konteksnya, kita akan mendapati banyak informasi. Kita dapat memperkirakan bentuk bangunan atau rumahnya, perabot yang dimilikinya, warna dinding dan berbagai macam lukisan yang menghiasi dinding, permadani, pembagian ruangan, pemandangan di luar rumah, dan sebagainya. [...] Semua gejala ini berarti sesuatu yang menolong kita untuk mengetahui apa yang dimiliki atau yang digunakannya. Dalam beberapa kasus, benda-benda tersebut memberi kita perasaan atau pesan tertentu. Jadi, misalnya, kantor pengacara, buku-buku yang lengkap, dekorasi-dekorasi kuno, membantu kita untuk merasa aman dan berada di dalam lindungan orang yang kuat ("pengetahuan adalah kekuatan" merupakan pesan dari buku-buku itu). ... benda-benda menginformasikan sesuatu mengenai seseorang, baik orang tersebut menyadari atau tidak menyadarinya (h. 30).

Semua kutipan di atas menegaskan ihwal kebermaknaan artefak keseharian. Untuk memberi gambaran lebih konkret mengenai asumsi tersebut, berikut adalah beberapa contoh dari Roland Barthes (dalam *Petualangan Semiologi*, 2007: 264-266, 287-300), mengenai makna-makna yang terkandung dalam objek-objek artefaktual dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Makna di balik objek artefaktual sehari-hari—artefak budaya pop—telah menjadi perhatian khusus Barthes, terutama dalam *Mythologies* (1957), karyanya yang paling terkenal. Buku ini dipenuhi dengan contoh tentang objek-objek artfekatual dalam kehidupan masyarakat Prancis saat itu (dasawarsa 1950-an). Kemudian, dalam dua esainya, "Dapur Makna" dan "Semantik Objek" (keduanya terhimpun dalam buku *Petualangan Semiologi*, 2007). Barthes juga mengeksplorasi makna-makna berbagai artefak keseharian. Dalam esai "Dapur Makna", misalnya, Barthes menulis sebuah paragraf yang sangat reflektif tentang berbagai barang yang lazim dijumpai dalam kehidupan manusia sehari-hari.

> Sebuah pakaian, sebuah mobil, suatu hidangan masakan, sebuah isyarat, sebuah film, suatu musik, satu gambar iklan, seperangkat perabotan, satu nama korban, semua itu adalah objek-objek yang tampaknya sangat heteroklit (bermacam-macam dan seperti tidak saling punya kaitan). Persamaan apa yang dimiliki oleh objek-objek itu? Sekurangnya berikut ini: semua objek itu adalah tanda-tanda (h. 264).

Persamaan yang dimiliki oleh objek itu adalah bahwa semuanya merupakan tanda-tanda. Tanpa disadari, setiap orang pada setiap saat mengaplikasikan suatu aktivitas yang sama, yaitu aktivitas *pembacaan* tertentu. Orang membaca gambar-gambar, isyarat-isyarat, perilaku-perilaku. Dalam esai pendek "Dapur Makna", Barthes menulis:

> ... mobil itu mengatakan kepada saya status sosial pemiliknya, pakaian itu mengatakan kepada saya dengan tepat dosis konformisme atau dosis eksentrisitas pemakainya, minuman pembuka (wiski, pernod, atau anggur-putih-cassis) memberitahu saya gaya hidup si tuan rumah. Juga dalam hal sebuah teks yang tertulis, teks membuat kita terus-menerus membaca suatu massage kedua yang terdapat di antara baris-baris kata *message* pertama:

jika saya membaca judul besar: *Paus Paulus VI takut*, judul itu juga ingin mengatakan: *jika anda membaca lanjutannya, anda akan mengetahui kenapa Paus Paulus VI takut* (h. 264).

Semiotika—ilmu tentang *message-message* sosial dan kultural—menunjukkan kepada para pengkaji masalah-masalah sosial-humaniora bahwa, di samping bermacam determinasi (yang bersifat ekonomis, historis, psikologis), harus dipertimbangkan suatu kualitas fakta baru: yaitu *makna*. Dunia ini dipenuhi dengan tanda-tanda, tetapi tanda-tanda itu tidak semuanya memiliki simplisitas yang dimiliki oleh huruf-huruf alfabet, yang ada pada rambu-rambu lalu lintas, atau apa yang terdapat pada seragam-seragam militer. Tanda-tanda secara tidak terbatas "lebih cerdik" dari yang dipahami oleh umumunya orang (yang menganggap tanda-tanda itu sekedar sebagai informasi-informasi yang "natural" atau lugu). Tanda-tanda memuat konstruksi ideologis tertentu. Oleh sebab itu, tugas utama semiotika bukan hanya merekonstitusi sistem-sistem semantis yang terdapat pada objek-objek (pakaian, makanan, gambar, ritual, protokol, musik, dan sebagainya), tetapi juga mempelajari "operasi misterius" yang menghasilkan suatu *message* yang tercetak pada suatu makna kedua yang biasanya bersifat ideologis, yang disebut "makna konotatif" (h. 265-266).

Barthes menyajikan beberapa refleksi tentang objek (barang) yang terdapat dalam peradaban modern, yakni tentang cara yang dialami oleh objek-objek sehingga bisa menghasilkan signifikasi dalam dunia kontemporer. Barthes memberikan tekanan yang kuat kepada arti kata *signifier* (membuat signifikasi) untuk membedakannya dengan istilah *communiquer* (mengkomunikasikan). *Signifier* artinya adalah bahwa benda-benda tidak hanya mengangkut informasi, yaitu hal yang dikomunikasikan, tetapi bahwa benda-benda itu juga membangun beberapa sistem yang terstruktur yang terdiri dari tanda-tanda, yaitu sesuatu yang secara esensial memiliki makna konotatif (h. 288).

Ada konotasi-konotasi yang bersifat "teknologis" yang terdapat pada objek. Objek didefinisikan sebagai apa yang difabrikasi (dibikin). Objek dibuat dari materi tertentu yang terbatas, terstandar, dibentuk, dan dinormalkan, yaitu tunduk pada beberapa norma fabrikasi dan norma kualitas. Jadi objek akan terutama didefinisikan sebagai suatu elemen konsumsi: satu ide tertentu dibuat untuk jutaan eksemplar (barang konkret) di dunia, dibikin untuk jutaan salinan: sebuah telepon, sebuah jam tangan, sebuah hiasan kecil, sebuah tatakan, satu pe rabotan, satu pena, adalahapa yang disebut sebagai objek-objek (h. 289).

Umumnya, objek didefinisikan sebagai "sesuatu yang digunakan untuk sesuatu". Dengan demikian, pada pandangan pertama, objek menjadi sepenuhnya tersedot dalam suatu finalitas penggunaan, dalam apa yang disebut *fungsi*. Objek adalah semacam mediator antara aksi dan manusia. Orang bisa melihat juga bahwa tidak ada suatu objek yang bukan untuk apa-apa. Paradoks yang ditunjukkan Barthes adalah bahwa orang mengira sedang menghidupi objek-objek—yang pada prinsipnya selalu memiliki suatu fungsi, sebuah utilitas—melalui penggunaannya, sebagai objek-objek yang murni merupakan instrumen. Padahal, dalam realitasnya, objek-objek itu mengangkut beberapa hal lain: objek-objek itu mengangkut *makna*. Dengan kata lain, secara efektif objek itu digunakan untuk sesuatu, tetapi juga digunakan untiuk mengomunikasikan informasi (h. 290).

Hal inilah yang bisa dirangkum, bahwa selalu ada suatu makna yang muncul keluar dari penggunaan objek. Telepon, misalnya, adalah objek yang sangat fungsional.

Tetapi, penampilan sebuah telepon yang berwarna putih bisa memberikan suatu gagasan tentang kemewahan atau feminitas. Ada telepon-telepon birokratik, ada telepon yang ketinggalan jaman, yang memunculkan gagasan tentang suatu jaman tertentu. Pendeknya, telepon itu sendiri bisa ikut menjadi bagian dalam suatu sistem objek-tanda. Demikian juga sebuah pena, pastilah mempertontonkan makna tentang kekayaan, kesederhanaan, keseriusan, fantasi tertentu, dan lain-lain. Piring yang digunakan ketika makan juga memiliki suatu makna. Dengan demikian, memang tidak ada objek yang bisa kabur-lolos dari makna (h. 290-291).

Semantisasi dan signifikasi itu terjadi ketika objek itu telah dibikin dan sudah dikonsumsi oleh suatu masyarakat manusia, ketika objek itu difabrikasi dan dinormalkan. Di sini contoh-contoh historis ada sangat banyak. Serdadu kuno republik Romawi, misalnya, mereka harus mengenakan suatu pakaian penutup di pundak mereka agar terlindung dari hujan, panas, angin, dan kedinginan. Pakaian itu tidak memiliki nama, tidak punya makna. Pakaian itu hadir untuk suatu kegunaan yang sifatnya murni. Tetapi ketika orang mulai memotong-motong pakaian penutup itu, ketika orang menyusunnya berurutan, ketika orang memberikan suatu bentuk standar untuk pakaian itu, maka pakaian yang tidak bernama itu kemudian menjadi ”*penule*”—sebutan untuk seragam tentara Romawi. Pada saat itulah, pakaian penutup yang semula tidak punya identitas jelas itu lalu menjadi pembawa suatu makna, yaitu makna ”militaritas” (h. 291).

Semua objek yang menjadi bagian dari suatu masyarakat pasti memiliki makna. Untuk menemukan objek-objek yang tidak memiliki makna, maka orang harus membayangkan keberadaan suatu objek secara sempurna merupakan hasil improvisasi. Orang tidak akan pernah menemukannya. Antropolog strukturalis Prancis, Claude Levi-Strauss, mengatakan bahwa *bricolage*[157] (aktivitas membuat barang dengan cara merakit atau membongkar pasang) adalah pencarian dan pemasangan suatu makna kepada objek. Untuk menemukan objek yang mutlak hasil improvisasi, maka orang harus berada dalam keadaan-keadaan yang sepenuhnya asosial. Jadi, fungsi suatu objek selalu menjadi sekurangnya tanda dari fungsi itu sendiri. Dalam masyarakat, tidak ada objek yang hadir tanpa jenis penambahan fungsi, yaitu suatu emfasis (penekanan) yang membuat objek-objek sekurangnya mengacu kepada dirinya sendiri. Misalnya, segelas air yang diberikan kepada seorang pembicara pada sebuah forum seminar. Gelas air itu berfungsi sebagai tanda bahwa si pembicara kehausan (atau diduga akan haus, dan karena itu disiapkan segelas air minum untuknya) (h. 291-292).

Jadi, setiap objek memiliki suatu kedalaman metaforis, yaitu bahwa objek mengacu pada suatu petanda. Objek selalu kurangnya memiliki satu petanda. Lampu, misalnya, secara asosiatif terkait dengan makna sore, atau lebih tepatnya malam (h. 292). Namun, makna tidak lahir dari satu objek saja, tetapi muncul dari suatu kumpulan yang *intelligible* yang terdiri dari objek-objek. Kumpulan objek-objek itu adalah sintagma-sintagma, yaitu fragmen-fragmen tanda yang diluaskan jangkauannya. Dalam realitasnya, objek-objek—baik objek yang hadir dalam gambar maupun objek yang nyata suatu benda tertentu atau suatu jalan—tidak terikat satu sama lain kecuali lewat satu bentuk koneksi tunggal, yaitu jukstaposisi (penjejeran) yang dilakukan atas elemen-elemennya. Penataan perabotan sebuah ruangan untuk suatu tujuan final (untuk menghadirkan suatu “*style*” tertentu) hanya mungkin dilakukan lewat jukstaposisi elemen-elemennya. Secara umum, dalam masyarakat, tidak ada objek yang akhirnya tidak memberikan makna (h. 296-297, 299).

Berikut ini adalah rangkuman pemikiran Barthes mengenai semantika objek. *Pertama*, objek hadir selalu sebagai sesuatu yang berguna, yang fungsional: objek hanyalah suatu penggunaan (*usage*), suatu mediator antara manusia dan dunia (h. 299). Telepon digunakan untuk menelepon, jeruk untuk dimakan

Kedua, dalam realitasnya, fungsi itu selalu mendukung suatu makna (h. 299). Misalnya, telepon mengindikasi-kan suatu modus aktivitas tertentu: bahwa seseorang membutuhkan banyak kontak dalam profesinya (h. 292). Bahkan, ketika telepon selular (ponsel) menjadi objek teknologis yang sangat populer sekarang ini, desain tertentu sebuah ponsel bisa menghadirkan makna khusus yang memberitahukan kepada orang lain perihal profesi penggunanya. Buah jeruk artinya vitamin C, yang sangat dibutuhkan untuk menjaga kesehatan tubuh (h. 295). Tetapi, makna bukanlah sebuah proses yang melibatkan ekivalensi-ekivalensi dan bukan aksi atas ekivalensi-ekivalensi. Dengan kata lain, makna tidak memiliki nilai transitif. Jadi, orang bisa mengatakan bahwa dalam objek ada sejenis pertarungan antara fungsi dan inaktivitas signifikasinya. Makna men-disaktivasi objek, membuat objek itu menjadi intransitif, makna memberinya suatu tempat yang beku dalam apa yang disebut Barthes sebagai "lukisan hidup imaginarium manusia" (h. 299).

Ketiga, objek-objek tidak memberikan makna yang mereka miliki dengan cara yang terang-terangan, dengan "mengatakannya". Objek yang menawarkan suatu makna, tetaplah suatu objek yang bersifat fungsional: objek selalu tampil sebagai yang bersifat fungsional, bahkan juga pada saat orang membacanya sebagai suatu tanda. Orang tetap menganggap bahwa mantel hujan adalah (berguna) untuk melindungi diri dari hujan—meski juga bisa dibaca sebagai tanda tentang suatu situasi atmosfer. Tetapi, suatu transformasi dapat terjadi pada tanda sehingga membuatnya memiliki suatu fungsi yang utopis, yang tidak real (misalnya, mode bisa memunculkan suatu mantel hujan yang sama sekali tidak bisa melindungi orang dari hujan) (h. 299-300). Artikel Riikka Matala (2004), memberi gambaran yang tepat tentang ini:

> *We use clothing for much more than just keeping our bodies warm. Codes of dress articulate the relationship between a particular body and its lived milieu, and in this way clothes actually construct a personal habitus. On this account, studying conceptions of technology or clothing also means studying individuals who have grown and changed to become who they are now. People are used to 'reading' clothing as a sign of something, and they also have varying attitudes to technology. All these individuals' characteristics are based on the culture in which they live*.

Premis ketiga dari pemikiran Barthes itu mengisyaratkan adanya suatu dimensi ideologis yang terkandung dalam tanda. Ini terjadi karena makna adalah selalu merupakan suatu fakta kebudayaan, produk dari suatu kultur. Padahal, dalam masyarakat, fakta kultural itu terus-menerus dinaturalisasi, dikembalikan pada alam (*nature*) lewat perkataan, yang membuat masyarakat meyakini adanya suatu situasi yang murni transitif yang terdapat pada objek. Masyarakat percaya bahwa mereka sedang berada dalam suatu dunia praktik penggunaan. Tetapi, lebih dari sekedar berada dalam dunia fungsi, dalam realitasnya lewat objek itu masyarakat juga berada dalam suatu dunia makna, dunia rasio, dunia alibi. Demikianlah, fungsi melahirkan tanda—dan tanda senantiasa dapat dimuati ideologi yang tersembunyi dalam kultur masyarakat penggunanya sehingga membuat makna tanda tampak natural. Barthes percaya bahwa sesungguhnya konversi yang dilakukan dari kultur menuju *pseudo-nature* inilah yang bisa mendefinisikan ideologi dari masyarakat (h. 300).

Selain contoh-contoh dari Barthes, contoh-contoh semantika artefak juga banyak dikemukakan oleh Malcolm Barnard. Dalam bukunya, *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender* (2007), Barnard melakukan analisis semiotika *fashion*—busana, pakaian, kostum, dan dandanan—sebagai bentuk komunikasi artefaktual (*artefactual communication*). Dikatakan demikian karena artefak-artefak tersebut menyampaiakan pesan-pesan nonverbal (Ibrahim, 2009: vii).[158] Barnard menyajikan banyak contoh. Barang tenunan dan tekstil, atau garmen, atau stelan pakaian dapat menjadi tanda, karena memiliki makna atau merepresentasikan sesuatu. Dalam budaya Barat, misalnya, kerah baju pria yang dipakai terbuka tanpa dasi dapat disebut sebagai penanda. Ia bisa disebut menandakan ketidakformalan atau santai. Di sini, santai merupakan petanda. Kerah yang sama tetapi dipakai tertutup dengan dasi, juga dapat dianggap sebagai penanda. Ia bermakna atau merepresentasikan keformalan dan kegagahan, dan keformalan dan kegagahan merupakan petanda.

Jas yang kasar, berbulu, terbuat dari wol mungkin menandakan kawasan dusun atau desa, sementara jas yang halus, licin, terbuat dari wol mungkin menandakan hal-hal yang berbau urban. Baik itu jas maupun salah satu bagiannya digunakan untuk menandai keduanya. Hal ini dikarenakan orang mengetahui kode mengenai hubungan jas berbulu dengan kawasan dusun dan jas yang halus dengan kota. Sebuah kode adalah seperangkat aturan bersama yang menghubungkan penanda dengan petanda. Jika kode tidak diketahui, maka mungkin menjadi tidak pasti apakah penanda tertentu merupakan penandaan. Sedangkan sepatu bayi warna pink biasanya menandakan bahwa bayi yang memakainya adalah perempuan, sedangkan sepatu biru menandakan bahwa bayi pemakainya adalah laki-laki. Warna sendiri sama sekali tidak berhubungan dengan jenis kelamin, tetapi digunakan untuk menandakan atau mewakili sesuatu atau jenis kelamin. Karena itu, jika orang tidak tahu kode yang menghubungkan sepatu bayi warna pink dengan bayi perempuan dan sepatu biru dengan bayi laki-laki, maka mereka dapat disebut tidak tahu makna warna sepatu bayu tersebut; mereka tidak paham konvensi cara bayi berpakaian.

Namun, lebih jauh daripada sekedar bahwa pakaian itu memiliki makna (signifikasi) tertentu, pakaian juga dapat dimuati ideologi tertentu. Seperti ditulis Volosinov dalam *Marxism and the Philosophy of Language* (1973, dalam Barnard 2009: 130), ranah ideologi bertepatan dengan ranah tanda. “Kapan pun ada tanda, di situ ada ideologi”. Sedangkan ideologi, kata Terry Eagleton dalam *Ideology: An Introduction* (1991, dikutip McNeill, 1996), berfungsi untuk “mempromosikan pelbagai nilai dan kepentingan kelompok dominan dalam masyarakat”. Sebagai contoh, Fred Davis, dalam *Fashion, Culture and Identity* (1992, dalam Barnard 2009: 181), menyatakan bahwa *jeans* mampu mendekonstruksi perbedaan kelas dan dapat digunakan untuk menentang dan menantang identitas kelas yang ada. “*Jeans* mampu mengekspresikan nilai demokratis secara mendalam. Tak ada perbedaan kemakmuran atau status; orang saling bertemu-muka satu sama lain guna menghilangkan perbedaan”. Dalam hal ini, *jeans* dapat dijelaskan sebagai upaya untuk menolak atau langkah ke luar dari semua identifikasi kelas. *Jeans* dapat dilihat sebagai usaha menolak masuk ke dalam posisi kelas. Bahkan, secara historis, dalam perkembangannya kemudian jeans menjadi contoh pertama mengenai pakaian yang gayanya diadopsi kalangan masyarakat kelas menengah dari kelas pekerja. Jeans menawarkan makna nyata untuk mengumumkan sentimen anti-kemapanan. *Jeans*

dipakai oleh orang yang mengkritik ideologi yang ada, atau dominan, pada zamannya untuk mengkonstruksi satu posisi yang bisa dipakai untuk mengkritik dan menentang ideologi itu. *Jeans* memunculkan satu situs perlawanan atas ideologi dominan.

Contoh lain dari dunia *fashion* adalah pemakaian celana panjang oleh perempuan kaum feminis pada paro kedua abad kesembilan belas. Sebelum itu, kaum perempuan harus mengenakan busana era Victoria yang desainnya menghambat dan memperlambat gaya berjalan, lengan baju menghalangi untuk mengangkat tangan, dan korset yang membuat sakit saat lelah. Berbusana seperti laki-laki—bercelana panjang—bukan saja membuat perempuan secara teknis bisa lebih leluasa dalam bergerak, tetapi secara ideologis juga memungkinkan perempuan menunjukkan bahwa mereka memiliki apa yang sejak dulu dianggap sebagai kualitas dan kemampuan maskulin, namun ditolak oleh kode *fashion* yang didominasi laki-laki (Barnard 2009: 193).

Dunia desain produk juga menghadirkan banyak contoh mengenai semantika produk (*product semantics*). Reinhart Butter dan Klaus Krippendorff, dalam artikel "Product Semantics: Exploring the Symbolic Qualities of Form" (1984, dalam Väkevä, 2009: 125), mendefinisikan semantika produk sebagai "studi tentang kualitas simbolik dari bentuk-bentuk buatan manusia dalam konteks penggunaannya serta aplikasi pengetahuan ini ke desain industri". Semua desain memang melibatkan ekspresi nilai-nilai, secara terbuka atau tertutup. Seperti dikatakan oleh Dell'Era & Verganti dalam *Innovation, Imitation and Diffusion of Dominant Product Languages* (2006), terdapat berbagai kualitas simbolik dalam bentuk-bentuk.

> *Each product has a particular language and meaning; it expands and elaborates the concept of form, in order to consider the symbolic and emotional values of a product. The linguistic dimension of a product allows the company to innovate creating new messages and proposing new meanings in relation to the socio-cultural models that govern the context in which the product will be proposed. Of course, … there is a strong interaction between linguistic and technological dimensions that underlines the reciprocal influences: for example, the definition of a product language is typically not defined solely in semantic terms, but is often influenced by technological opportunities such as the adoption of innovative materials.*

Krippendorff dan Butter (dalam Dormer, 2008: 218) pernah mengatakan, "desainer menciptakan bentuk-bentuk yang memberikan laporan tentang diri mereka sendiri". Kandungan simbolik objek-objek artefaktual dapat menjadi aspek paling penting dalam desain, bahkan terkadang simbolisme tampak melampaui aspek kegunaan. Pandangan Krippendof dan Butter ini memperoleh konfirmasinya dari laporan proyek penelitian yang dibuat oleh Dagmar Steffen, "Design Semantics of Innovation: Product Language as a Reflection on Technical Innovation and Socio-cultural Change" (dalam *Semiotic Product Functions, 2004-2007*). Bahkan, lebih jauh lagi, Steffen juga membincangkan wacana perubahan sosiokultural melalui desain:

> *The symbol functions of products refer to broader contexts of product culture: they reflect, for example, basic societal conditions and socio-cultural affiliation; and they express and consolidate notions, values and mentality of particular social groups or society as a whole. Thus, symbolic expression of new conditions, notions, values etc. and the development of novel (partial) styles is also an important design-specific contribution to product innovation.*

Hal yang mengejutkan, ternyata ada begitu banyak objek teknologis yang sebenarnya tidak memuaskan—karena memiliki "perilaku" yang buruk atau kadaluwarsa—ternyata tetap disukai. Beberapa contoh klasik dalam hal ini, seperti dikemukakan oleh Peter Dormer (2008: 220), ada dalam alat transportasi pribadi. Di seluruh dunia terdapat orang-orang yang lebih suka Volkswagen "*Beetle*" yang bising, buruk, tidak sangat luas, dan kuno, yang pertama kali dibuat pada akhir 1930-an. Di Amerika Serikat, meskipun terdapat berbagai imitasi buatan Jepang yang jauh lebih murah dan secara teknologi lebih maju, sepeda motor Harley Davidson tetap berjaya. Dalam contoh-contoh tersebut, terdapat estetika perlawanan—alat transportasi tersebut berbeda secara mencolok dengan alat transportasi sejenis pada umumnya. Simbolisme memiliki peran penting dalam demistifikasi objek-objek, dan demistifikasi adalah cara yang bisa ampuh untuk mengespresikan perlawanan.

Buku Dormer, *Makna Desain Modern: Budaya Material, Konsumerisme, dan (Peng)Gaya(an)* (2008), kaya dengan contoh-contoh tentang muatan simbolik—bahkan ideologis—dalam bentuk-bentuk. Dormer menjelaskan, misalnya, bahwa desain Barat berada dalam keadannya yang sekarang terutama karena budaya kapitalis liberal yang di dalamnya desain tersebut berada dan dilayani olehnya. Sebagai akibatnya, tinjauan tentang "sejarah desain" di Barat harus mempertimbangkan ideologi yang mendasari sejarah konsumerisme yang muncul baru-baru ini. Desain, seperti konsumerisme itu sendiri, bukan merupakan aktivitas amoral atau apolitis (h. 25). Reihart Butter, dalam *Product Semantics* (1989, dalam Dormer, 2008: 223) pernah mengatakan, "apa pun yang dapat kita katakan tentang hubungan suatu objek dengan emosi, intelektualitas, dan imajinasi seorang konsumer, kita perlu memerhatikan hubungan desain dengan ideologi budaya yang menghasilkannya".

Dari situ menjadi jelas, bahwa dewasa ini desain telah diperkuat oleh ideologi yang bersandar pada konsep pertumbuhan yang berkelanjutan. Sebagai konsep ekonomi, pertumbuhan yang berkelanjutan menjadi disamakan dengan gagasan tentang kebebasan itu sendiri. Ideologi konsumsi "membeli sebanyak mungkin dan sesering mungkin" lantas dianggap benar, bahkan hampir (dianggap) merupakan kebutuhan. Inilah sikap yang menguntungkan desain di Barat. Konsumerisme itulah, dan bukan perkembangan industri berat, yang memberi para desainer kesempatan "kreatif" mereka (h. 25-26). Sebagai kontrasnya, dalam perekonomian yang terencana secara terpusat—katakanlah, "masyarakat Marxis"—tidak ada kebutuhan terhadap penggayaan yang metaforik atau diarahkan oleh iklan. Perencanaan sentral mungkin tidak mendorong bakat, atau kreativitas yang diperlukan dalam desain. Perencanaan sentral mungkin juga memangkas inovasi teknis. Karena tampaknya salah satu kesuksesan liberalisme ekonomi Barat adalah dorongannya terhadap teknologi dan, kemungkinan besar, seni—para seniman kurang lebih bebas mengeksplorasi bentuk-bentuk yang dituntun oleh angan-angannya (h. 26).

Walhasil, dalam industri produk sekarang ini semakin banyak pihak yang bergantung kepada gaya produk yang mengomunikasikan nilai-nilai yang "benar"—yakni nilai-nilai yang juga dimiliki oleh konsumer. Estetika desain—selain kualitas, layanan jual dan purnajual produk—sering tidak lagi mencukupi untuk membuat suatu produk menjadi kempetitif di pasar. Semua kualitas itu harus dilengkapi dengan penggayaan yang inovatif, simbolik, dan metaforik agar suatu produk dapat memenangi pertempuran diferensiasi produk—sebagai bagian pengiklanan produk. Untuk itu, riset menjadi semakin penting. Gaya produk diorganisasikan melalui

berbagai rujukan terhadap kelas, profesi, aspirasi, dan kelompok usia dari kelompok konsumer target. Bahkan, dilakukan pula riset yang rinci tentang berbagai karakteristik nasional dalam desain. Lembaga-lembaga konsultasi desain Jepang, misalnya, kini menempatkan perwakilannya di Eropa untuk menemukan karekteristik-karakteristik apa dalam penggayaan yang paling penting bagi para konsumer di masing-masing negara Semua ini dilakukan Jepang agar produk mereka dapat menerobos pasar Eropa. Dalam pemasaran, strategi pemasaran ceruk yang muncul pada 1990-an mempertimbangkan secara cermat gaya-gaya (dengan mempertimbangkan kandungan simboliknya) supaya produk dapat menarik minat kelompok-kelompok konsumer yang telah didefinisiakn lewat usia, profesi, dan lain-lain (h. 59-61).

Kekuatan metaforik objek-objek tidak hanya menyangkut produk-produk manufaktur yang *moveable* seperti sepeda motor, mobil, radio, televisi. Kekuatan metaforik juga terdapat pada objek-objek teknologis yang terbuat dari material berat, yang cenderung tidak yang *moveable*. James Edward. Gordon dalam *The New Science of Strong Materials* (1976, dalam Dormer, 2008: 85-86) memberikan wawasan yang menggugah mengenai kekuatan metaforik dari material berat ini. Gordon mengemukakan bahwa orang-orang pada umumnya lebih senang bekerja dengan kayu daripada dengan logam. Pengamatan Gordon terhadap lingkungan domestik (rumah tangga) mengantarkannya pada kesimpulan bahwa meskipun kayu yang berat dapat diterima untuk digunakan pada mebel, logam berat tidak—kecuali di taman. Selain itu, bahkan konstruksi logam ringan gagal memiliki dampak yang besar di rumah, kecuali mungkin di dapur. Kesan "dingin" dan "kaku"-nya logam menjadikannya kurang dapat diterima bagi citarasa rumah tangga dibandingkan kayu.

Bidang fisika partikel kecil yang berkembang pada paro akhir abad ke-20 telah memungkinkan individu masyarakat modern menikmati beragam teknologi baru yang menawarkan kombinasi kesenangan fisik dan mental yang jauh lebih menarik daripada yang dihasilkan abad sebelumnya. Di sini, kaitan antara sains dan kehidupan publik menjadi tampak jelas. Dormer (2008: 90) memberikaan gambaran tentang kesenangan yang nyata yang dimungkinkan oleh kehadiran teknologi baru yang bersifat ringan dan mudah dibawa (*portable*). Seorang individu modern dapat mengadakan perjalanan sejauh 70, 570, atau 1070 mil (di atas Concorde) dalam satu jam sambil mendengarkan Mozart serta memimpikan berbagai kesenangan. Dia dapat pula melewati satu jalan sambil mendengarkan musik Rock atau Wagner atau aliran musik sentimentil dari pita kaset musik ringan (*easy listening*).

Hal itu disampaikan kepada kita melalui sains material: anugerah berupa musik yang dapat dibuang (*disposable*), seketika (*instant*), dan mudah dibawa (*portable*) menjadi perantara Anda dan dunia. Perkakas menjadi perantara antara imajinasi manusia dan dunia fisik. Aspek mudah dibawa dan ringan dalam teknologi baru ini berpotensi untuk sangat subversif bagi tatanan sosial. Sebagai contoh, sulit untuk melihat bagaimana suatu masyarakat yang ingin menjadi demokratis, modern, dan terlibat dalam arus modernitas—yaitu informasi—dapat menolak kepemilikan rakyatnya atas mikro-komputer, modem, telepon, dan telefax. Namun, perkakas-perkakas seperti itu sangat mungkin tidak disukai oleh negara-negara yang pemerintahnya otoriter karena sulit untuk dikendalikan secara terpusat.

Lebih lanjut (Dormer, 2008: 122), dapat dikatakan bahwa desain hanya dapat dinilai secara menyeluruh dengan merujuk kembali kepada konteks kulturalnya. Sebab itulah para desainer dan arsitek adalah contoh-contoh yang sangat baik dari orang-

orang yang tergantung pada penguraian berbagai justifikasi dan makna untuk memberikan maksud dan struktur kepada karya mereka. Banyak justifikasi teknis yang dilandaskan pada berbagai permintaan sederhana terhadap keamanan, efisiensi, dan ekonomi; tetapi berbagai gaya, yang di dalamnya ambisi-ambisi teknis ini berusaha dicapai, membutuhkan justifikasi yang lebih rinci. Bahkan gaya, juga dalam arsitektur, mendapatkan maknanya, alasan eksistensinya, dari berbagai persyaratan identitas korporat atau pemasaran. Kadang-kadang ideologi yang menjustifikasi satu gaya, bukan gaya yang lain, lebih rumit dan didesain untuk membentuk nilai-nilai yang dimaksudkan guna dikomunikasikan oleh gaya tersebut terhadap publik yang lebih luas.

Sebagai contoh, dapat diamati bahwa desain produk dan mebel di Denmark, Swedia, Finlandia, dan Norwegia telah dibentuk oleh standar ideal sosial-demokratis yang menjadi ideologi negara-negara itu. Melayani kenyamanan dan keamanan umat manusia merupakan prinsip pengorganisasian dalam desain Skandinavia, yang diperbesar lebih lanjut oleh berbagai persepsi diri mereka sendiri sebagai masyarakat yang menaruh perhatian terhadap desain yang diorganisasikan berdasarkan prinsip-prinsip kesejahteraan sosial (Dormer, 2008: 123).

Kerajinan tangan (*handcrafted*) juga menjadi entitas produk yang sarat dengan makna. Berbagai gerakan kriya dan seni abad ke-20 mengekspresikan penentangan terhadap—dan bukan melayani atau meningkatkan—desain industri. Kandungan metaforik dari kerajinan tangan terletak dalam ekspresinya atas cara kerja dan cara hidup yang jarang terdapat dalam manufaktur modern, dan jarang terdapat dalam berbagai perekonomian Barat atau bergaya Barat. (Dormer, 2008: 123). Dalam *spirit* ini, para kriyawan kontemporer telah memutuskan untuk bersaing dengan berbagai kepastian yang ditopang oleh mesin (*machined certainties*) dalam industri dengan membuat barang-barang buatan tangan (*hand made*) yang sangat menekankan kecakapan teknis yang tidak bisa ditiru oleh mesin modern. Dengan caranya sendiri, karya-karya kriya itu adalah bagian dari estetika kriya yang beroposisi terhadap apa yang ditawarkan oleh manufaktur industri. Tujuan dari banyak kriya adalah membuat orang-orang kembali saling berkomunikasi melalui objek-objek artefaktual.

Dalam produk buatan tangan, terdapat sesuatu yang khusus tentang gagasan bahwa seseorang membuat sesuatu yang khusus bagi Anda. Terdapat juga sesuatu yang penting secara teknologi dalam melihat jejak tangan sang pembuat dalam suatu karya. Teknologi memang efisien, tetapi amat anonim. (Dormer, 2008: 206). Kini di Barat, terutama di Inggris dan Amerika Serikat, para kriyawan seniman muda menggarap ulang berbagai barang rongsokan kuno industri abad ke-20 menjadi berbagai produk kriya sebagai bagian estetika yang menentang teknologi yang sedang ada. Orang-orang muda tersebut bersikap radikal dengan menyaring ”tumpukan sampah urban” untuk mendapatkan citra anti-borjuis. Di sana, dunia kriya adalah suatu institusi reaktif—dunia tersebut bereaksi terhadap berbagai perubahan dan tren, dan berusaha menawarkan sisi alternatif dan beragam metafora.

Tetapi, fenomena itu bukan monopoli kriyawan-kriyawan Barat. Di sebuah desa kecil di Indonesia pun ekspresi perlawanan itu muncul: radio merek Magno (lihat Pambudy, 2009; lihat juga Astari, 2009). Magno, yang laris diekspor ke mancanegara, dibuat dari bahan kayu dengan mengandalkan keterampilan tangan. Desain Magno dibuat simpel dengan membuang segala pernak-pernik tidak mendasar, sebagai tandingan terhadap nafsu mengada-adakan yang tidak esensial. Serat kayu terlihat

jelas karena pengerjaan akhirnya menggunakan minyak kayu. Tanpa layar penunjuk gelombang, pemilik radio harus memakai perasaan saat mencari stasiun radio favorit.

Bagi perancangnya, desain yang simpel (hanya dua tombol di bagian depan, satu untuk volume suara dan satu untuk mencari gelombang, minus layar pencari frekuensi) dan mungil (berukuran 19 x 12 x 13) itu sesuai dengan prinsipnya untuk menghasilkan kerajinan yang memakai kayu sesedikit mungkin, tapi bisa menghasilkan pekerjaan sebanyak mungkin bagi masyarakat sekitar. Sedangkan bagi pengguna, kesederhanaan desain Magno dapat mendatangkan rasa dekat sekaligus nostalgia, mengingatkan pada radio tahun 1960-an. Meski begitu, radio ini adalah karya yang mampu membaca semangat zaman karena peralatan elektroniknya dari Panasonic dan dapat dihubungkan dengan iPod dan MP3 lain.

Kriya yang dijual melalui internet ke hampir seluruh penjuru dunia tersebut seperti hendak mengekspresikan perlawanan terhadap manufaktur industri. Ia dibuat di sebuah desa kecil, Kandangan, sekitar delapan kilometer di utara Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Maksud dari perancangnya adalah memperkenalkan kehidupan desa dan memperlihatkan jiwa produknya; sekaligus mengintroduksi produk kayu dari Indonesia yang dikenal dengan hutan tropisnya. Demi penghargaan pada sumber daya alam dan lingkungan, perancangnya sengaja membuat radio itu dari kayu dan juga menanami lereng Gunung Sumbing dengan pohon calon bahan baku pembuat radio, yaitu sonokeling dan pinus, dengan menggandeng aktivis lingkungan dan anak-anak sekolah setempat.

Meski begitu, tidak semua desain kriya dimaksudkan sebagai ekspresi perlawanan terhadap desain industri—walaupun tetap sarat makna (Dormer, 2008: 167-169). Di Eropa kini muncul desainer-desainer yang telah mengusahakan sintesis antara ”kesempurnaan yang mungkin lewat mesin” dan ”intervensi anarkis potensial dari sang seniman, desainer, atau pekerja terampil”. Mereka telah berusaha mencapai estetika desain yang menenteramkan, tidak subversif, memberikan keamanan dan kemakmuran terhadap penggunanya dan pembelinya.

Sebagai contoh, pabrikan Jerman FSB, yang membuat gagang pintu, pada 1986 menyelenggarakan kompetisi yang diikuti oleh beberapa arsitek dan desainer terkemuka dunia menghasilkan berbagai gagang pintu. Lebih dari sekedar berkompetisi membuat gagang pintu, para arsitek dan desainer itu juga mengikuti ”konferensi-lokakarya” untuk membahas filsafat desain dan penerapan filsafat tersebut ke gagang pintu. Ketika tiba waktunya untuk meluncurkan beragam produk, FSB mengeluarkan katalog berjudul *Door Handles—Workshop in Brakel* yang mendokumentasikan konferensi tersebut. Publikasi ini menghasilkan sumber intelektual dan kultural yang mengangkat gagang pintu sederhana tersebut menjadi objek kultural yang benar-benar diidealkan. Konferensi ini juga mengabsahkan sebuah argumen bahwa perhatian ke semua rincian fisik dan material demi menghasilkan produk-produk yang baik menempuh jalan yang panjang yang dengan itu bisa menjadikan dunia terasa lebih baik.

Katalog tersebut tidak sekedar menunjukkan bahwa gagang-gagang pintu yang indah memiliki tempatnya sendiri, tetapi juga berisi contoh-contoh yang sangat baik dari berbagai stereotipe nasional. Misalnya, seorang desainer asal Jerman yang sangat logis melihat proses desain sebagai suatu segitiga sama sisi; desainer Italia memiliki pendapat yang berbeda—desain adalah suatu labirin.; sedangkan desainer Amerika Serikat lebih banyak berbicara tentang berbagai pengalaman ”nyata” dan ”otentik” sebagai titik tolak desain—daripada berbicara sisi konseptualnya.

Paparan panjang dari dunia desain produk tersebut menjelaskan bahwa desain senantiasa mengeskpresikan nilai dan makna; dan sebaliknya, tak kurang contohnya bahwa nilai-nilai melibatkan desain. Para desainer, pabrikan (*manufacturer*), kriyawan, mereka semua bekerja pada posisi yang memungkinkan pemberian ekspresi material terhadap pelbagai pencapaian kultural dan aspirasi manusia. Dormer (2008) telah menegaskan arti penting desainer ini dengan mengatakan:

> Salah satu hal terpenting yang dapat dilakukan oleh para desainer adalah menyimbolkan … dan mencerminkan, baik dalam bentuk dan dalam berbagai material serta proses yang digunakan untuk membentuk desain, suatu pemahaman bahwa objek yang bersangkutan memiliki dampak terhadap dunia. Hal ini bukan berargumen mendukung nostalgia, bukan pula untuk menentang berbagai tuntutan mode. Namun, hal ini merupakan argumen yang mendukung pentingnya memastikan familiaritas dalam desain—dan pentingnya menggunakan imajinasi moral (h. 227-228).

Tidak hanya objek-objek artefaktual (barang-barang, produk-produk) yang memiliki makna, bangunan-bangunan, lingkungan, dan bahkan lanskap kota pun mengekspresikan makna, bahkan ideologi. Hilkka Lehtonen (2009: 150), profesor pada Laboratory of Urban Planning and Building Design di Finlandia, mengatakan bahwa makna-makna juga melekat pada lingkungan fisik—bukan hanya lingkungan sosial. Lingkungan yang tampak dan fisik selalu berfungsi sebagai wahana dari nilai-nilai nonperseptual. Lingkungan mengomunikasikan nilai dan konsepsi kultural, dan dengan demikian juga diinterpretasikan sebagai sistem simbolik. Makna lingkungan adalah bagian dari lingkungan kognitif manusia. Dengan demikian, kata Lehtonen lebih lanjut:

> ... penghuni dan pengguna lingkungan sering menerapkan makna yang sama kepada lingkungan yang sama atau bagian dari lingkungan tersebut. Makna-makna ini dibentuk dalam praktik sosial, dan dalam konteks kultural. Dengan demikian, perubahan dalam lingkungan tidak hanya berkaitan dengan struktur fisik, tetapi juga terhadap maknanya (h. 151).

Dalam buku *Empire of Signs* (1982, dalam Berger, 2000: 27), misalnya, Barthes tertarik dengan desain kota Tokyo. Kota itu memiliki suatu pusat (seperti kota-kota di Barat), namun di sini pusat justru "kosong" (Barthes menulis: Istana kaisar adalah "suatu tempat di antara pantangan dan kenetralan". Tempat tersebut disamarkan di bawah kerimbunan daun, terlindung oleh parit-parit tak seperti pada umumnya dan kaisarnya tak pernah tampak seperti pada umumnya). Hal ini bertolak belakang dengan kota-kota di Barat yang padat (ramai) di bagian pusatnya. Di sini (Barat), kata Barthes, terlihat bahwa nilai-nilai kewarganegaran dikumpulkan dan dikentalkan di pusat kota: spiritualitas (gereja-gereja), kekuasaan (kantor-kantor), uang (bank-bank), perdagangan (toko serba ada), bahasa (*agoras-agoras*, cafe-cafe, dan tempat-tempat berjualan). Bagi Barthes, pusat kota Tokyo yang kosong itu mencerminkan konsep "kesenian" orang Jepang: "kekosongan". "Kesenian" orang Jepang ini tercermin dalam kota Tokyo yang memiliki sebuah pusat yang kosong dan jalan-jalannya tak bernama. Kotak-kotak kado orang Jepang sering lebih penting daripada isinya. Puisi Jepang, Haiku, berperang melawan "arti"—maksudnya bahwa bentuk puisi lebih penting daripada pesan yang hendak disampaikannya.

Contoh sejenis adalah realitas kota Jakarta yang dibangun dengan orientasi sebagai kota metropolitan. Sebagaimana yang dicatat oleh Palupi (2007), orientasi sebagai

kota metropolitan ini mengindikasikan dianutnya ideologi modernisme yang bermaksud membebaskan ruang dan waktu dari kekunoan, tradisi, dan menciptakan dunia baru. Modernitas Jakarta direpresentasikan oleh hadirnya semakin banyak pusat perbelanjaan modern (*mall*) sebagai simbol kegiatan ekonomi dan ruang publik modern, kian berkembangnya jalan tol dan moda transportasi mobil pribadi sebagai representasi sarana transportasi modern, meningkatnya gedung pencakar langit, apartemen, rumah mewah atau *real estate* sebagai simbol bangunan perkantoran dan permukiman modern, dan yang lainnya.

Tetapi, modernitas ruang fisik kota ternyata tidak beriringan dengan lahirnya ruang sosial kota yang demokratis—justru sebaliknya. Jakarta yang dikemas menjadi arena industri konsumerisme telah mengabaikan ruang publik bagi warganya. Fungsi ruang publik kini telah banyak diambil alih oleh *mall* yang menjanjikan kenyamanan berbelanja. Menyempitnya ruang publik di Jakarta ini, selain meminggirkan kaum miskin kota, juga menandai semakin tipisnya tenggang rasa, toleransi, solidaritas dan keberadaban manusia. Karena itulah, barangkali, selalu muncul masalah perkotaan dalam bentuk permukiman kumuh, pedagang kaki lima yang tidak bersedia diatur, ataupun perilaku sebagian warganya yang tidak berbudaya urban—membuang sampah seenaknya, tidak mau antre, mengotori dan merusak fasilitas publik. Itu semua, bisa jadi, adalah ekspresi perlawanan, pembangkangan kaum pinggiran terhadap mereka yang berkuasa.

Demikianlah, berbagai artefak memiliki "jiwa" dan daya-daya simbolik yang terekspresikan melalui dunia sosial. Untuk menutup bab ini, berikut saya kutipkan kata-kata Seppo Väkevä (2009: 133), seorang pakar semantika produk: "tidak ada satu objek pun yang dapat mengungkapkan maksudnya sendiri saja, tetapi orang-orang menggunakan pelbagai objek sebagai kata-kata dalam bahasa sosialnya."[]

7

Semiotika Roland Barthes dan Studi Kebudayaan

Semiotika sebagai metode penyelidikan sebenarnya sudah cukup lama dikenal dalam bidang medis (sejak Hippocrates [460-377 SM]), dan kemudian dalam filsafat dan lunguistik. Namun, perkembangan pesat semiotika dalam berbagai bidang ilmu sosial seperti sosiologi, antropologi, kesusastraan, kritik budaya, linguistik, dan psikoanalisis baru mulai sejak 1950-an. Semiotika pada perkembangannya kemudian, yang antara lain dirintis oleh Roland Barthes, menjadi perangkat teori yang digunakan untuk mengkaji kebudayaan. Semiotika terus berkembang hingga saat ini, demikian Ibrahim (2007: lxi) menyimpulkan, terutama ketika mencuat kegelisahan umum tentang kemampuan sains Barat untuk menangani problem penting menyangkut peradaban, atau ketika muncul pertanyaan yang meluas tentang validitas asal dari kebudayaan Barat dan nilai-nilai filsafatnya

Dalam karyanya yang masyhur, *Mythologies* (1957), Barthes, seperti dicatat Hoed (2008), menggunakan pengembangan teori tanda Saussure sebagai upaya menjelaskan bagaimana kehidupan masyarakat sehari-hari didominasi oleh konotasi. Konotasi adalah pengembangan segi petanda (makna atau isi suatu tanda) oleh pemakai tanda sesuai dengan sudut pandangnya. Kalau konotasi sudah menguasai masyarakat, ia akan menjadi mitos. Barthes mencoba menguraikan betapa kejadian keseharian dalam masyarakat menjadi seperti "wajar", padahal itu mitos belaka akibat konotasi yang menjadi mantap di masyarakat. Karena dimensi simbolik dari kejadian keseharian dalam suatu masyarakat, nilai-nilai yang terkandung dalam praktik-praktik sosial mereka, adalah kebudayan masyarakat itu, maka semiotika menjadikan kebudayaan sebagai objek kajian utamanya (h. 23-24). Pada semiotika strukturalis dari Saussure, peran semiotika pada studi budaya sangat jelas. Hal ini berbeda dengan semiotika Peircean yang lebih diarahkan pada pemahaman tentang bagaimana kognisi manusia memahami apa yang berada di sekitarnya, baik lingkungan sosial, alam, maupun jagat raya.[159] Dalam mengkaji cara-cara di mana tanda-tanda beroperasi dalam sebuah budaya, semiotika, dalam perkembangannya yang mutakhir, memulai dari suatu premis bahwa semua aspek dalam budaya dapat dianggap sebagai sistem tanda: bahasa verbal dan bahasa visual, gerakan, postur dan gesture (gerak/isyarat), bangunan dan perabotan, pakaian, aksesoris, dan menu adalah sama-sama terbuka bagi penafsiran semiotik (*semiotic decoding*).[160]

Semiotika dan Kebudayaan

Dalam perkembangannya, semiotika—baik yang strukturalis maupun yang pragmatis—mengarahkan perhatiannya pada kajian tentang kebudayaan. Hal ini tidak terhindarkan karena akhirnya yang memberi makna kepada tanda adalah manusia yang berada dalam lingkungan sosiokulturalnya. Jadi, semiotika melihat kebudayaan sebagai sistem tanda

yang oleh anggota masyarakatnya diberi makna sesuai dengan konvensi yang berlaku (*ibid*: 5-6).[161] Seperti dikatakan oleh Olga Pânzaru (2007):

> *The study of culture is always intrisically semiotic, since it is always about communication. Communication, be it inter-or intrasubjective, is always social and is executed through sign systems and artefacts that are frequently also the outcome of interaction. Therefore it would be natural to consider all disciplines studying cultural phenomena or human interaction as semiotic* (h. 253).

Jadi, seperti dikatakan Hoed (h. 5), semiotika dapat digunakan untuk mengkaji kebudayaan. Kebudayaan (baca: gejala budaya) dilihat oleh semiotika sebagai sebuah sistem tanda yang berkaitan satu sama lain dengan cara memahami makna yang ada di dalamnya. Keterkaitannya itu bersifat konvensional. Fokus semiotika pada kebudayaan adalah sesuatu yang niscaya karena pada akhirnya yang memberi makna kepada tanda adalah manusia yang berada dalam lingkungan budayanya. Jadi, semiotika melihat kebudayaan sebagai sistem tanda yang oleh anggota masyarakatnya diberi makna sesuai dengan konvensi yang berlaku.[162]

Argumentasi perihal ketidakterpisahan semiotika dengan kebudayaan, atau lebih tepatnya "kebudayaan sebagai objek kajian semiotika", juga dikemukakan Raymond Williams dalam *Culture* (1981, dalam Barnard, 2009: 53). Budaya, kata Williams, adalah sistem penandaan yang melalui sistem tersebut tatanan sosial dikomunikasikan, direproduksi, dialami, dan dieksplorasi. Dalam karyanya yang muncul lebih kemudian ini—karya pertamanya yang masyhur adalah *Culture and Society* yang terbit pada 1958—tampak bahwa definisi Williams tentang kebudayaan menjadi lebih berwatak semiotis. Ilze Bezuidenhout, dalam "What Constitutes Cultural Identity?" (1998: halaman *web*), mempertegas apa yang pernah dikemukakan Williams itu.

> *A culture cannot exist without signs, whether in the form of natural language, rituals or symbols, signifying a specific meaning within a specific context. Culture means different things to different people even within the same cultural grouping. […]*
>
> *Meaning shapes culture, and culture shapes meaning. Meaning given by members of a cultural group to elements that define that group will invariably shape the culture, either by accepting or rejecting an element (such as a value or ritual).*

Tetapi, pandangan yang paling eksplisit tentang semiotika sebagai kajian tentang kebudayaan adalah yang dikemukakan oleh semiotikawan Italia Umberto Eco (2009). Eco berpendangan bahwa semiotika bukan saja dapat digunakan untuk mengkaji kebudayaan, ia bahkan mengusulkan agar semiotika dapat menjadi teori umum tentang kebudayaan. Gagasan Eco ini bertolak dari dua hipotesisnya perihal kebudayaan: (a) kebudayaan secara keseluruhan *harus* dikaji sebagai fenomena semiotis dan (b) setiap aspek kebudayaan *dapat* dikaji sebagai konteks tempat terjadinya aktivitas semiotis. Hipotesis ini menegaskan pandangan Eco bahwa "kebudayaan secara keseluruhan *semestinya* dikaji sebagai fenomena komunikatif yang didasarkan pada sistem signifikasi" (h. 30-31); karena dalam kebudayaan setiap entitas dapat menjadi fenomena semiotis. Hukum signifikasi adalah hukum kebudayaan. Atas alasan inilah, kebudayaan memungkinkan terjadinya proses pertukaran komunikatif yang sinambung, sejauh ia ditempatkan sebagai sebuah sistem dari sistem-sistem signifikasi. *Kebudayaan dapat dikaji secara menyeluruh di bawah terang semiotika* (h. 40).

Apakah hanya dengan semiotika orang bisa memaknai sesuatu, dan dengan demikian selanjutnya ia bisa memahami praktik budaya? Sebenarnya, manusia bisa memberi makna kepada apa pun—tanpa semiotika. Namun, bagi Eco (h. 31-40), kebudayaan baru dapat dipahami secara menyeluruh jika ia dilihat dari sudut pandang semiotis. Eco menteorikan bahwa setiap entitas dalam kebudayaan adalah fenomena semiotis, karena mengandung elemen signifikasi dan komunikasi. Sebab itu, kebudayaan secara keseluruhan semestinya dikaji sebagai fenomena komunikatif yang didasarkan pada sistem signifikasi. Benda-benda, perilaku-perilaku, dan hubungan-hubungan produksi—semua ini ada dalam keseharian hidup manusia—bisa berfungsi sedemikian rupa secara sosial karena mematuhi hukum semiotis.

Postulat itu tidak berarti bahwa kebudayaan *hanyalah* komunikasi dan signifikasi, atau bahwa kebudayaann *hanya bisa* dikaji dengan semiotika. Namun, hanya dengan mengkajinya dengan semiotika-lah mekanisme-mekanisme fundamental kebudayaan dapat diklarifikasi; dan hanya "di bawah terang semiotika"-lah entitas keseluruhan kebudayaan dapat dipahami. Konsekuensinya, teori umum kebudayaan semestinya lahir dari rahim semiotika. Oleh karena itulah, Eco (1976) menyatakan: "*semiotics is a suitable substitute for symbolic anthropology and discourse theory because it provides a tool for analysis of signification and communication in culture, based on the assumption that 'the laws of signification are the laws of culture*'".[163]

Meskipun Eco adalah teoretikus semiotika yang paling eksplisit mengusulkan semiotika sebagai teori umum kebudayaan, tetapi karya-karya Roland Barthes-lah yang memberikan contoh-contoh yang paling gamblang perihal bagaimana beragam jenis dan bentuk artefak keseharian yang tampak remeh-temeh—yakni artefak budaya pop[164]—dilekati makna-makna budaya. Teoretikus budaya asal Prancis itu pula yang telah menunjukkan bagaimana cara menyingkap makna tersembunyi di balik artefak keseharian itu. Konsep konotasi Barthes telah memungkinkan semiotika melakukan kritik budaya untuk menyingkap dimensi ideologis yang ada di balik berbagai praktik sosial sehari-hari yang melibatkan berbagai perilaku dan artefak budaya. Dengan konsep konotasi itulah Barthes mengembangkan teori budaya pop. Atas dasar argumen ini, pemikiran semiotika dari Barthes menjadi pendekatan yang relevan bagi kajian teknokultur ini.

Roland Barthes dan Semiotika Konotasi

Karya-karya Roland Barthes perihal budaya pop barangkali yang paling berpengaruh dan fundamental dalam kajian budaya (*cultural studies*). Dalam banyak karyanya, Barthes memberikan contoh-contoh sederhana bagaimana cara menyingkap makna tersembunyi di balik berbagai produk (artefak) budaya pop. Makna-makna itu tampak alami, tetapi sesungguhnya merupakan produk konstruksi budaya—yang dilekati oleh makna ideologis; hasil dari berbagai kerangka konseptual yang sudah begitu akrab dalam keseharian hidup orang atau masyarakat sehingga seringkali berlalu tanpa sempat dihiraukan (Ibrahim, 2007: lxii). Barthes menunjukkan kemungkinan membaca hal yang "remeh temeh", yaitu hidup keseharian, sebagai sesuatu yang sarat makna (Jalasutra, 2007: xxviii). Perihal makna ini, Barthes (2007) mengatakan:

> Makna selalu merupakan suatu fakta kebudayaan, suatu produk kultur. Padahal, dalam masyarakat kita, fakta kultural itu terus-menerus dinaturalisasi, dikembalikan pada alam (*nature*) lewat perkataan, yang membuat kita meyakini adanya suatu situasi yang murni

transitif yang terdapat pada objek. Kita percaya sedang berada dalam suatu dunia praktik penggunaan, fungsi, domestikasi total objek, dan dalam realitasnya lewat objek itu kita juga berada dalam suatu dunia makna, dunia rasio, dunia alibi: fungsi melahirkan tanda.... Saya percaya bahwa sesungguhnya konversi yang dilakukan dari kultur menuju *pseudo-nature* inilah yang bisa mendefinisikan ideologi dari masyarakat kita (h. 300).

Dari kesemua karya Barthes, *Mythologies* [1972; edisi Prancis-nya 1957] adalah karyanya yang paling banyak dibaca luas karena di dalamnya Barthes berhasil menunjukkan berbagai kepalsuan mitos[165] yang mengitari manusia dalam kehidupan kesehariannya.[166] Sekalipun buku kumpulan esei itu membahas masyarakat Prancis 1950-an, tetapi kebanyakan masih memiliki relevansi bagi kehidupan saat ini. Mayoritas esei tersebut berfokus pada pelbagai manifestasi budaya pop, seperti film, iklan, surat kabar dan majalah, foto, mobil, boneka anak-anak, hiburan populer, dan sejenisnya (Jalasutra, 2007: xvi). Dalam karyanya yang paling berpengaruh itu, Barthes menelisik kepingan-kepingan material budaya pop untuk mengekspos bagaimana masyarakat borjuis Prancis pada dasawarsa 1950-an menggunakannya untuk memaksakan nilai-nilainya atas masyarakat yang lain (Jalasutra, 2007: xvii). Esei-esei ini membuka bidang baru pada masa itu. Barthes menunjukkan kemungkinan membaca hal yang "remeh-temeh", yaitu hidup keseharian sebagai sesuatu yang sarat makna (*ibid*: xxviii). Esei-esei itu juga dimaksudkannya untuk menyingkap makna ideologis yang tersembunyi di balik teks dan artefak budaya pop. Barthes mencoba menguak cara bagaimana tanda digunakan oleh budaya dominan untuk menyebarkan, dan pada akhirnya, menaturalkan makna ideologis (*ibid*: xxx).

Mythologies menelaah cara borjuis kecil (*petit-bourgeois*) di Prancis di abad dua puluh menaturalisasikan dan menguniversalkan nilai-nilainya sendiri melalui mekanisme khusus—pers, iklan, sistem legal, dan lain sebagainya. Barthes menelaah cara bagaimana aktivitas yang tampaknya tidak politis—gulat, Tour de France, mobil Citroen, sabun bubuk dan detergen, meminum anggur, serta makan *steak* dan keripik kentang—merupakan ekspresi posisi ideologis tertentu. Budaya Prancis tampak menjadi natural, tapi pada kenyataannya, benar-benar historis (baca: merupakan hasil konstruksi kelompok dominan dalam masyarakat) dan politis. Pada titik ini, terlihat hubungan Barthes dengan pemikiran intelektual Marxis. Itu sebabnya Brian Rigby menyatakan, "terdapat ketegangan Marxis yang nyata dalam *Mythologies*, dan esei-esei tersebut dapat dipandang sebagai sebuah upaya untuk memperlihatkan bagaimana keseluruhan budaya pop adalah mistifikasi[167] kapitalis atas realitas sosial dan budaya" (Jalasutra, 2007: liii). Melalui esei-esei dalam *Mythologies*, Barthes menunjukkan bagaimana rasisme, seksisme, dan kolonialisme bersembunyi di balik hal-hal yang tampaknya alami dan *innocent* (*ibid*: lxiv).

Dalam pandangan Barthes, mitos memperkuat ideologi masyarakat kapitalis. Esensi mitos adalah menyamarkan apa yang sebenarnya merupakan representasi borjuis sebagai fakta dari natur universal (Jalasutra, 2007: lii). Dapat dikatakan bahwa teori semiotika konotasi Barthes—atau "semiotika Barthesian"—lebih mendekati teori ideologi sebagai sistem representasi yang dengannya kelas penguasa mereproduksi dominasinya pada tingkatan pengalaman kehidupan sehari-hari. Perihal ideologi ini, Victor Burgin dalam *book chapter* "Photographic Practice and Art Theory" (dalam *Thinking Photography*, 1982, dalam Chandler, 1994) menulis:

An ideology is the sum of taken-for-granted realities of everyday life. Semiotics can help to make us aware of what we take for granted in representing the world, reminding us that we

> *are always dealing with signs, not with an unmediated objective reality, and that sign systems are involved in the construction of meaning.*

Rumusan konseptual ideologi seperti itu menunjukkan bahwa ideologi bukanlah sekumpulan gagasan yang sudah ajek dan beku, melainkan merupakan sesuatu yang hidup dalam realitas sosial sehari-hari suatu masyarakat, sebagaimana yang dinyatakan oleh John Fiske dalam artikelnya, "British Cultural Studies and Television" (1996):

> *Ideology is not … a static set of ideas through which we view the world but dynamic social practice, constantly in process, constantly reproducing itself in the ordinary workings…. It also works at the micro-level of the individual* (h. 118).

Untuk sampai kepada tingkatan makna yang ideologis itu (yakni "mitos"), Barthes mengembangkan konsep tanda dari Saussure (yang terdiri dari dua elemen, yakni penanda dan petanda) menjadi lebih dinamis. Barthes menggunakan model linguistik Saussure itu untuk menganalisis teks-teks dan praktik-praktik budaya pop Prancis. Pada skema Saussure *penanda + petanda = tanda* itu, Barthes menambahkan level pemaknaan (*signification*) kedua (Storey, 1996: 87). Dalam *Element of Semiology* (1967), Barthes menyebut pemaknaan pertama (atau "primer") dengan istilah "denotasi" dan pemaknaan kedua (atau "sekunder") dengan istilah "konotasi". Barthes mengasumsikan bahwa dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, pengguna tanda—dan apa pun bisa menjadi tanda asalkan manusia memberinya makna atau menafsirkannya sebagai tanda—tidak hanya menggunakannya sebagai denotasi, yakni makna harfiah atau fungsional yang dikenal secara umum. Biasanya pemakai tanda mengembangkan penggunaan tanda ke dua arah (yakni ke kemungkinan lain dalam pemaknaan), ke dalam apa yang disebut oleh Barthes sebagai pemaknaan "kedua" (Hoed, 2008: 12). Pengembangan makna ke level "kedua" ini disebut konotasi. Konotasi adalah makna baru yang diberikan oleh pemakai tanda sesuai dengan keinginan latar belakang pengetahuannya, atau konvensi baru yang ada dalam masyarakatnya.[168] Konotasi merupakan segi "ideologi" tanda.[169]

Dengan konsep konotasi itu, Barthes sampai kepada pemahaman bahwa tanda memiliki sifat polisemik, yaitu membawa banyak makna potensial.[170] Tanda dapat ditafsirkan lewat berbagai cara hingga, akhirnya, menghasilkan suatu makna. Makna terbentuk dengan mengandaikan adanya keterlibatan aktif para pembaca dan kompetensi budaya yang mereka hadirkan di dalam tanda agar secara temporer mereka "menetapkan" makna untuk tujuan tertentu. Jadi, interpretasi atas tanda tergantung kepada tampungan dan budaya pembaca dan pengetahuan mereka tentang kode-kode sosial yang berlaku pada suatu kurun waktu. Itu semua didistribusikan secara berbeda di berbagai kelas, gender, kebangsaan, dan lain-lain (Barker, 2004: 74). Dengan demikian, konotasi tentang suatu fenomena budaya (secara implisit) bersifat publik, terbentuk pada suatu komunitas atau masyarakat.

Thwaites, Davis, dan Mules (2009: 2-3) dengan sangat baik menjelaskan "meknisme" bagaimana makna menjadi berwatak polisemik.

> Makna muncul di dalam dan melalui relasi sosial, relasi di antara orang-orang, kelompok, kelas, institusi, struktur, dan benda. Dan, karena diproduksi, disirkulasikan, dan dipertukarkan dalam dunia sosial, makna ini *tidak pernah tetap sepenuhnya*. Tentu saja, sebagian makna boleh jadi stabil, tetapi sebagian lainnya mungkin berubah-ubah dengan sangat cepat. Keberubahan ini berarti bahwa meskipun makna selalu muncul dalam suatu konteks sosial, kita juga harus mengatakan bahwa makna itu *tidak pernah seluruhnya ditentukan konteks tersebut*. Makna bermigrasi dari satu konteks ke konteks lainnya, kadang-

kadang berhenti sangat jauh dari tempat makna itu memulai—makna selalu berpindah-pindah, terbelokkan, dioleh kembali, dan dipertukarkan. Ini bukanlah sesuatu yang salah dalam transmisi makna. Alih-alih, hal tersebut merupakan proses makna itu sendiri. Bagaimanapun juga, sebuah dokumen dapat dipahami sekalipun kita tidak mengenal penulis atau lingkungan sekitar tempat dokumen itu ditulis. Sebuah potret dapat dimengerti sekalipun kita tidak pernah berjumpa dengan orang yang berpose untuk potret tersebut. Ini tidak berarti bahwa makna senantiasa *bebas dari konteks*: yang dimaksud adalah bahwa pengetahuan tentang seorang pengarang atau pemosisi (*sitters*) menyuguhkan *jenis konteks berbeda*.

Gagasan tentang makna tanda yang bersifat polisemik itu mula-muka dikemukakan oleh Valentin Volosinov dalam *Marxism and the Philosophy of Language* [1973][171] dengan konsep "*multi-accentuality"* tanda (*ibid*: 75). Bagi Volosinov, tanda tidak memiliki makna, namun menguasai "kualitas dialektis dalam" dan "aksen evaluatif" yang menjadikan mereka mampu memberikan rentang makna tertentu. Pemaknaan berubah karena konvensi sosial dan perjuangan sosial berusaha menetapkan makna. Jadi, makna tidaklah tetap, melainkan dapat dinegosiasikan. Mereka dapat diperjuangkan sedemikian rupa sehingga "tanda menjadi arena perjuangan kelas". Perjuangan ideologis adalah pertarungan pemaknaan tanda di mana kekuasaan berusaha mengatur dan "menetapkan" makna yang tetap saja akan berubah itu.[172] Ihwal pertarungan pemaknaan tanda ini, Fiske (1996) mengatakan:

> *Social circulation of meanings always entails struggle and contestaion, for those with social power constantly attempt to repress, invalidate, or marginalize meanings that are produced by and serve the interest of subordinate groups and that therefore conflict with their own* (h. 143).

Meski gagasan Volosinov itu sangat kentara sudut pandang Marxis-nya, tetapi esensinya diterima oleh kebanyakan kalangan teoretikus budaya. Hal ini terlihat, misalnya, dalam paparan John Storey mengenai sifat polisemik tanda (dalam istilah Storey: "citra" [*image*]).

> Apa yang memungkinkan pergerakan dari denotasi menuju konotasi adalah jumlah simpanan pengetahuan sosial (sebuah *repertoire* budaya) yang dengan itu pembaca mampu menyimpulkan kapan ia membaca suatu citra. Tanpa akses terhadap kode yang dipahami bersama ini (sadar atau tidak sadar), operasi-operasi konotasi tidak akan mungkin terjadi. Tentu saja pengetahuan tersebut senantiasa bersifat historis dan kultural. Dengan kata lain, satu budaya dengan budaya lainnya, dari satu periode ke periode lainnya boleh jadi berbeda. Perbedaan kultural mungkin juga ditandai dengan perbedaan kelas, ras, dan gender. Akan tetapi, sebagaimana ditunjukkan oleh Barthes, "variasi dalam pembacaan, bagaimanapun, tidak bersifat anarkis; ia tergantung pada jenis pengetahuan—praktis, nasional, kultural estetik—yang berbeda yang ditanamkan ke dalam citra [oleh pembaca]". ... Apa yang memungkinkan produksi makna adalah kode-kode kultural yang dialami bersama di mana baik produser maupun konsumer citra (*image*)[173] bisa menggunakannya. Konotasi, karenanya, tidak semata-semata dihasilkan oleh pembuat citra, melainkan digerakkan dari *repertoire* budaya yang dialami bersama dan telah ada sebelumnya. Sebuah citra mengambil dari *repertoire* budaya sekaligus pada saat yang sama menambahinya. Selain itu, *repertoire* budaya tidak membentuk blok yang homogen. Mitos dihadapkan secara terus-menerus pada mitos tandingan. Misalnya, sebuah citra yang memuat keterkaitan dengan budaya musik-pop bisa jadi dilihat oleh seorang khalayak muda sebagai indeks kebebasan dan heterogenitas. Sementara, bagi khalayak yang lebih tua, citra itu bisa mengisyaratkan manipulasi dan homogenitas. Kode-kode mana yang akan dikerahkan

sebagian besar tergantung pada konteks segitiga, yakni lokasi teks, momen historis, dan formasi kultural pembaca (Storey, 2007: 115).

Seperti telah disinggung dalam gagasan Volosinov di atas, konsep konotasi dalam kajian semiotika yang dikembangkan Barthes—yang berarti sebangun dengan konsep "*multi-accentuality*" tanda dari Volosinov—ini digunakan tidak sekedar untuk membahas makna gejala budaya, melainkan juga untuk melakukan "kritik budaya", bahkan "kritik ideologi". Melalui konsep konotasi ini, Barthes hendak mengkritik masyarakatnya dengan mengatakan bahwa semua yang dianggap sudah wajar di dalam suatu kebudayaan sebenarnya adalah hasil dari proses konotasi. Barthes menyatakan bahwa bila konotasi menjadi tetap, ia berkembang menjadi mitos, sedangkan kalau mitos menjadi mantap, ia menjelma menjadi ideologi (Hoed, 2008: 17).[174] Jadi, pada level pemaknaan kedua atau konotasilah apa yang ia sebut "mitos" itu dihasilkan. Tujuan Barthes dengan konotasi ini adalah untuk mengeksplisitkan makna-makna budaya yang seringkali tetap implisit dalam pelbagai teks dan praktik sosial kehidupan sehari-hari (baca: budaya pop). Dari sini bisa disimpulkan bahwa Barthes secara khusus tertarik bukan apa makna benda, tetapi pada bagaimana benda-benda menjadi memiliki makna (Jalasutra, 2007: xxxiv).

Dalam pandangan Barthes, sebagaimana yang terhimpun dalam *Mythologies*, mitos memperkuat ideologi masyarakat kapitalis. Esensi mitos adalah menyamarkan apa yang sebenarnya merupakan representasi borjuis sebagai fakta alamiah yang universal. Mitos mendistorsi realitas demi efek ideologis. Melalui mitos, Barthes memaksudkannya sebagai ideologi, yakni sekumpulan gagasan dan praktik yang mempertahankan dan secara aktif mempromosikan pelbagai nilai dan kepentingan kelompok dominan dalam masyarakat (Storey, 2007: 109-110). Ideologi adalah inti dari mitologi. Mitos mengubah bias dan prasangka menjadi "sejarah"—prasangka itu seakan memang sesuatu yang benar-benar ada atau terjadi sebagai fakta kehidupan (*taken-for-granted reality*). Padahal, "sejarah" yang diproduksi oleh mitos itu adalah jenis sejarah yang sudah "dibengkokkan" (Ibrahim, 2007: lxiii). Seperti ideologi, mitos senantiasa hadir dan mustahil bagi individu maupun masyarakat untuk lepas atau mengelak darinya dalam tingkat kehidupan sehari-hari (Jalasutra, 2007: lii). Dengan konsep konotasi dan mitos (yang dapat dikatakan sebagai istilah ciptaan Barthes untuk menyebut ideologi), Barthes telah membangun dasar bagi pengkajian budaya dan membangun teori tentang kebudayaan.

Contoh dari Barthes yang paling terkenal mengenai bekerjanya pemaknaan kedua (konotasi), barangkali, adalah yang diambil dari sampul *Paris Match* (1955). Inilah catatan Barthes, sebagaimana dikutip Storey (2007), tentang pertemuannya dengan sampul majalah itu:

> Saya tengah berada di sebuah salon, dan satu eksemplar *Paris Match* disodorkan kepada saya. Pada bagian sampul, seorang Negro muda dengan seragam Prancis sedang memberi hormat, dengan mata memandang ke atas, mungkin tepat pada kibaran bendera kebangsaan Prancis. Semua ini adalah makna gambar. Namun, apakah secara naif atau tidak, saya melihat dengan sangat baik makna apa yang diarahkan pada saya: bahwa Prancis adalah Kerajaan yang besar, bahwa semua putranya, tanpa diskriminasi warna kulit, dengan setia mengabdi di bawah naungan benderanya, dan bahwa tidak ada jawaban yang lebih baik bagi para pencela apa yang dikatakan orang sebagai kolonialisme ketimbanga semangat yang ditunjukkan oleh orang Negro ini dalam melayani para penindasnya. Saya, karenanya, dihadapkan dengan sistem semiologis yang lebih besar: ada penanda yang telah dibentuk bersama sistem

sebelumnya (*seorang tentara kulit hitam tengah memberi hormat cara Prancis*); ada petanda (itu adalah paduan dengan maksud tertentu antara ke-Prancis-an dan kemiliteran); akhirnya terdapat kehadiran petanda melalui penanda (h. 110).

Pada level pemaknaan pertama (denotasi), gambar ini adalah citra tentang seorang tentara kulit hitam yang memberi hormat pada bendera Prancis, sementara pada level pemaknaan kedua (konotasi), gambar itu menjadi upaya *Paris Match* untuk menghasilkan citra positif tentang imperialisme Prancis.[175] Sebagaimana digambarkan dalam diagram di bawah ini, tanda dari pemaknaan pertama (denotasi) menjadi penanda pemaknaan kedua (konotasi).
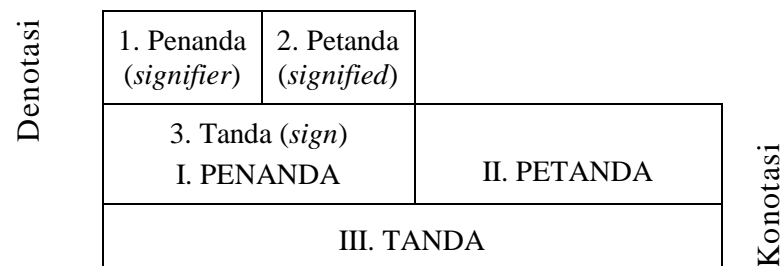
Diagram: Model Semiotika Barthesian
(Sumber: Barthes, 2007: 303)

Bagi Barthes, gambar sampul di *Paris Match* itu memperlihatkan cara-cara produksi ideologis citra (*image*), transformasi dari yang "historis" menjadi yang "alamiah". Suatu cara di mana tentara kulit hitam menghormat pada bendera tampaknya dibuat untuk mengalamiahkan fakta-fakta historis imperialisme Prancis. Menurut Barthes (*ibid*: 112-113), apa yang memungkinkan pembaca mengonsumsi mitos (makna konotasi) tanpa pikir panjang adalah karena mereka tidak melihatnya sebagai sebuah sistem semiotis, melainkan sebagai sebuah sistem induktif (faktual). Pembaca melihat semacam proses kausal antara penanda dan petanda yang memiliki hubungan yang natural. Padahal, gambar itu harus dibaca melalui sistem semiotis—dan sistem semiotis apa pun merupakan sebuah sistem nilai dan makna. Namun, konsumer mitos menganggap pemaknaan sebagai sebuah sistem fakta: mitos dibaca sebagai sistem faktual. Padahal, mitos tak lain adalah sebuah sistem semiotis.

Barthes juga menggambarkan konotasi tentang minuman anggur sebagai "minuman totem", yakni minuman yang berkonotasi "ke-Prancis-an" (*Frenchness*). Bagi masyarakat Prancis, minuman anggur bukan sekedar minuman beralkohol, tetapi minuman yang merupakan minuman yang dirasakan sebagai pemameran kesenangan (*display of pleasure*), bukan sekedar "obat pekasih" (*philtre*),[176] tetapi suatu tindakan minum yang berefek jangka panjang dalam kehidupan sosial, sedangkan tindakan minumnya mempunyai nilai retoris (Barthes menggambarkannya sebagai *valeur décorative*). Jadi, konotasi minuman anggur berakar pada kebudayaan Prancis selama berabad-abad sehingga menjadi mitos. Ini tidak sama dengan bagaimana orang Prancis memberi makna pada minuman beralkohol yang lain, seperti bir dan *whisky* (Barthes, 2007: 63-68; Hoed, 2008: 13). Analisis Barthes lebih lanjut atas tradisi minum anggur ini berupaya menyingkapkan makna ideologis di balik penggambaran anggur putih di masyarakat Prancis sebagai minuman berkhasiat dan merupakan kebiasaan yang sehat.

Penggambaran ini dapat dibaca sebagai upaya penanaman nilai-nilai masyarakat borjuis atas masyarakat yang lain. Ini adalah persepsi ideal borjuis yang bertentangan dengan realitas tertentu (misalnya bahwa anggur putih itu tidak menyehatkan dan memabukkan (Jalasutra, 2007: xvii).

Contoh lain yang diberikan Barthes mengenai bekerjanya konsep konotasi adalah "olahraga" gulat di Prancis. Ternyata, menurutnya, "gulat bukan olahraga, tetapi tontonan". Gulat adalah olahraga yang direkayasa. Namun, penonton tidak mempersoalkannya. Yang penting adalah bagaimana perilaku dan tampilan pegulat (penanda) dalam kognisi penonton diberi makna (petanda) sesuai dengan keinginan penonton: yang menjadi favorit harus menang (Hoed, 2008: 5). Di sini, Barthes melihat tontonan teatrikal gulat sebagai bentuk keterlibatan publik dalam pertunjukan panggung nilai nilai etis: apa yang dipandang baik harus menang atas apa yang dipandang jahat, kepengecutan harus dihukum, egoisme tidak bisa dimenangkan tanpa syarat, penderitaan dipahami sebagai fakta kemuliaan hidup. Gulat, dilihat dengan cara ini, menawarkan apa yang tampaknya menjadi realitas, namun menurut fakta aktualnya merupakan pertunjukan panggung pelbagai ide dan nilai yang diharapkan bisa dicerap dan diejawantahkan oleh kerumunan manusia. Inilah konotasi, yakni perluasan petanda oleh pemakai tanda, dalam kebudayan. Lebih jauh, Barthes membaca tontonan gulat tersebut sebagai kritik (ideologis) tentang cara bagaimana budaya modern mendiseminasi nilai-nilai politis dan etisnya serta memaksa audiens massa masuk ke dalam asimilasi dan naturalisasi nilai-nilai semacam itu (Jalasutra, 2007: xxix).

Menurut Barthes, kajian semiotika sebagaimana yang dilakukannya dapat memberi pemahaman perihal bagaimana mitos memberikan pengabsahan alamiah pada konstruksi historis (yakni sejarah yang direkayasa sesuai tujuan kelompok dominan). Mitos dibentuk dengan cara menghilangakan sifat historis benda-benda atau peristiwa. Dalam mitos, benda-benda atau peristiwa kehilangan memori bahwa benda-benda atau peristiwa itu pernah dibuat. Sebagai ilustrasi, apa yang dibuat lenyap dari citra tentara kulit hitam yang memberi hormat pada bendera Prancis (dalam contoh dari sampul *Paris Match*) adalah sifat kolonialisme yang historis, kondisional (*contingent*), dan buatan (*fabricated*). Di sini Barthes (dalam Storey, 2007: 113) menulis:

> Mitos tidak mengingkari sesuatu. Sebaliknya, fungsinya adalah berbicara perihal sesuatu itu; sederhananya, mitos memurnikan sesuatu, ia membuatnya polos, ia memberinya sebuah kejelasan yang bukan penjelasan, melainkan sebuah pernyataan akan fakta. Jika saya *menyatakan suatu fakta* perihal imperialitas Prancis tanpa menjelaskannya, saya sangat dekat untuk menemukan bahwa ia alamiah dan *tidak perlu disebut lagi*.... Dalam menapaki sejarah menuju alam, mitos bertindak ekonomis: mitos menghapuskan kompleksitas tindakan manusia ... mitos menata dunia yang tanpa kontradiksi sebab ia tanpa kedalaman, seluruh penjuru dunia terbuka dan bergelimang fakta, ia memperlihatkan kejelasan yang penuh kebahagiaan (*blissful*): sesuatu tampil untuk memaksudkan sesuatu dengan sendirinya.

Itulah teori semiotika yang dikembangkan oleh Barthes: semiotika konotasi dan mitos. Untuk menutup paparan ini, berikut ini saya kutipkan satu paragraf dari buku Benny H. Hoed, *Semiotik dan Dinamika Sosial Buday*a (2008). Kutipan ini dapat menjadi ringkasan yang sangat baik tentang teori Barthes itu.

Menurut Barthes, dalam praktik kehidupan sehari-hari, tanda tidak dimaknai hanya secara harfiah (makna denotasi), tetapi terjadi pengambangan makna ke arah makna baru yang diberikan oleh pemakai tanda sesuai dengan keinginan latar belakang pengetahuannya, atau konvensi baru yang ada dalam masyarakatnya (makna konotasi). Konotasi merupakan segi 'ideologi' tanda. Konsep konotasi tersebut digunakan oleh Barthes untuk menjelaskan bagaimana praktik sosial sehari-hari (gejala budaya)—yang dilihat sebagai tanda—memperoleh makna khusus (baca: konotasi) dari anggota masyarakat. Namun, lebih dari sekedar membahas makna gejala budaya, semiotika konotasi ini menyediakan perangkat konseptual bagi kritik yang efektif terhadap budaya masyarakat kontemporer (h. 12-13).[]

8

Teknokultur, Semiotika, dan Kajian Budaya

Sebagaimana telah dibahas pada Bab 4, teknokultur adalah suatu bidang kajian mengenai hubungan yang kompleks antara teknologi dan manusia sebagai kreator budaya.[177] Dengan itu, teknokultur bermaksud menunjukkan bagaimana kemajuan teknologi mempengaruhi praktik budaya di satu sisi; dan bagaimana masyarakat, di sisi lain, sebenarnya turut mempengaruhi perkembangan teknologi melalui penggunaan (*consumption*) artefak teknologis dalam kehidupan mereka sehari-hari. Jadi, teknokultur mengasumsikan adanya efek timbal-balik yang dihasilkan dari relasi antara teknologi dan budaya. Konsepsi teknokultur ini menegaskan adanya karakter resiprokal, interaktif, dan saling memengaruhi serta mengubah dalam relasi antara teknologi dan budaya. Sebab itu, perspektif kajian teknokultur menolak setiap pandangan yang deterministik dalam mengkaji tautan teknologi dengan budaya dan menganggapnya sebagai perspektif teoretis yang tidak memadai karena mengabaikan kenyataan bahwa, di satu sisi, hidup manusia sekarang ini sudah sepenuhnya dimediasi oleh teknologi; dan, di sisi lain, teknologi itu sendiri diciptakan dan digunakan oleh manusia dan karena itu ia terikat nilai-nilai (entitas kultural) yang dianut oleh perancangnya.

Konsepsi teknokultur tersebut juga memiliki implikasi konseptual yang sangat mendasar: bahwa budaya—yakni dimensi maknawi dari praktik sosial kehidupan sehari-hari—diasumsikan sebagai entitas yang terkait erat dengan entitas teknologi. Asumsi ini bersumber pada definisi kebudayaan yang dikemukakan oleh paradigma interpretivisme simbolik dan “disiplin” kajian budaya (lihat Bab 3). Seperti yang dikonsepsikan oleh Geertz (1973), pendiri pendekatan interpretivisme simboli dalam antropologi, ketika mendefinisikan kebudayaan sebagai jejaring makna yang dirajut manusia atas keseluruhan cara hidup masyarakatnya, konsep kebudayaan berpusat pada soal pemaknaan atas segala sesuatu yang dikreasi oleh manusia. Jadi, makna adalah elemen inti dalam konsep kebudayaan. Karena cara hidup (*way of life*) suatu masyarakat senantiasa melibatkan artefak-artefak teknologis, maka melalui praktik penggunaan objek-objek artefaktual itulah, dalam pola kehidupan keseharian, masyarakat memproduksi makna atasnya dan mengonstruksi realitas kehidupannya. Di sini, konsep teknologi juga mengalami pendefinisian ulang sehingga—dalam konteks untuk mengkaji teknokultur—difokuskan pada teknologi dalam pengertiannya sebagai artefak kehidupan sehari-hari (*technology in everyday life*).

Dalam hal ini, meskipun makna yang tertanam dalam suatu artefak teknologis itu diproduksi terutama melalui proses penggunaannya oleh masyarakat (seperti yang juga dikatakan Barthes [2007: 297] bahwa petanda-petanda lebih banyak bergantung bukan pada si pengirim *message* tetapi pada si penerima *message*, yakni pada si pembaca objek), tetapi makna tersebut juga diproduksi oleh pembuat (*producer*) artefak tersebut, oleh keberadaanya secara fisik di tengah entitas sosial, dan oleh kapabilitas teknologis yang

melekat padanya. Semua faktor ini niscaya memiliki efek kultural terhadap masyarakat penggunanya. Jadi, dalam praktiknya, sesungguhnya selalu terjadi kontestasi makna dalam setiap entitas teknologis sejauh ia sudah diartikulasikan ke dalam pola kehidupan sehari-hari. Pada titik inilah perspektif teoretik yang dikembangkan oleh "disiplin" kajian budaya menjadi relevan untuk dijadikan sebagai kerangka analitik bagi kajian teknokultur (lihat Bab 8).

Karena bidang kajian teknokultur ini mengembangkan berbagai gagasan dan pemikiran teoretik untuk menunjukkan karakter saling memengaruhi dan mengubah antara artefak teknologis dan makna budaya, maka dibutuhkan suatu pendekatan yang dapat menjelaskan bagaimana artefak-artefak menjadi memiliki makna (baik itu makna yang diproduksi oleh produser artefak maupun oleh konsumer artefak) dan bagaimana makna-makna itu kemudian dapat menjadi kekuatan sosiokultural yang memengaruhi perkembangan artefak-artefak teknologis. Pada titik inilah kajian teknokultur memerlukan teori semiotika (khususnya semiotika konotasi dari Barthes) sebagai kerangka analitiknya..

Mengkaji Teknokultur dengan Semiotika

Semiotika, sebagaimana telah dijelaskan, adalah suatu teori sekaligus metode kajian yang memberikan tekanan pada pemahaman atas makna fenomena budaya, yakni aneka praktik sosial, sebagai tanda yang sifatnya representatif dan interpretatif (Hoed, 2008: 96). Karena semiotika melihat tanda sebagai gejala budaya, maka semiotika, seperti dikatakan oleh Marcel Danesi dan Paul Perron (1999, dalam Hoed, 2008: 89), melihat kebudayaan sebagai "sistem pemaknaan" (*signifying system*). Para semiotikawan umumnya sepakat untuk mengatakan bahwa makna tanda adalah hasil suatu konvensi sosial, suatu prinsip dalam kehidupan berkebudayaan. Dengan kata lain, makna adalah entitas kultural. Tetapi, karena tanda juga memiliki aspek bentuk fisik, atau wahana (*vehicle*) bagi makna yang dikandungnya, ia adalah juga entitas teknologis. Pada titik inilah tanda merupakan objek kajian teknokultur.

Dalam kajian teknokultur ini, model semiotika yang akan digunakan adalah semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Barthes bisa dikatakan sebagai seorang semiotikawan yang paling eksplisit mempraktikkan semiotika sebagai metode untuk menganalisis pelbagai artefak budaya pop. Titik tekan kajian semiotikanya terhadap objek-objek atau benda-benda kultural ini konsisten dengan pernyataannya (dalam Hoed, 2008: 59), bahwa "*... for any material can arbitralily be endowed with meaning*". Fokus ini, boleh dikata, menegaskan posisi dan komitmen teoretis Barthes yang berbeda dari para semiotikawan lainnya.

Dengan demikian, apa yang sudah bisa disimpulkan ihwal semiotika dalam konteks kegunaannya bagi kajian teknokultur adalah bahwa pendekatan ini dapat memberikan "pengetahuan" dan "pemahaman" mengenai makna kultural yang dikandung oleh objek-objek teknologis (baca: teknokultur) serta bagaimana makna itu terbentuk (melalui proses konotasi menurut Barthes).[178] Dengan kata lain, hasil yang dapat diperoleh dari kajian teknokultur dengan pendekatan semiotika konotasi Barthes adalah pengetahuan dan pemahaman perihal bagaimana fenomena budaya (yang melibatkan artefak-artefak keseharian)—yang dilihat sebagai tanda—memperoleh makna khusus (baca: konotasi) dari anggota masyarakat. Meski demikian, karena bertolak dari semiotika, titik tekan analisis Barthes, sebagaimana tampak pada esei-eseinya dalam *Mythologies* (1957), lebih pada aspek makna (petanda) dari artefak budaya. Sedangkan aspek bentuk fisik artefak

(penanda) dilihatnya sebatas sebagai wahana (*vehicle*), yakni sesuatu yang termuati oleh "makna". Inilah, barangkali, yang menyebabkan esai-esai maupun tulisan-tulisan akademis Barthes hampir dapat dikatakan steril dari kosakata "teknologi". Padahal, apa yang dianalisisnya sebenarnya bersangkut-paut secara erat dengan teknologi—ia hanya tidak menyebut kata "teknologi" ketika membicarakan artefak-artefak budaya pop yang dikajinya itu. Barangkali memang bukan tujuannya untuk mengaitkan kajian semiotikanya atas fenomena budaya pop dengan teknologi, meski studi-studinya sesungguhnya mengkaji entitas (artefak-artefak) teknologis.

Tautan Semiotika dan Kajian Budaya

Sekelompok pakar telah beberapa tahun mengembangkan teori konotasi Barthes dan teori pascastruktural Saussure yang lain seperti pada Lacan, Foucault, dan Derrida. Pemikiran mereka berkembang antara lain dalam bentuk apa yang sekarang dikenal dengan nama "kajian budaya" (*cultural studies*), yang mencari tidak sekedar makna, tetapi juga ideologi yang berada di balakang teks (dalam arti teks verbal, artefak, dan tindakan, seperti dikemukakan oleh Ricoeur). Dengan demikian, faktor interpretasi menjadi semakin menonjol (Hoed, 2008: 98).

Titik pijak kajian budaya adalah sebuah gagasan tentang budaya yang sangat luas dan mencakup segala hal yang digunakan untuk menggambarkan dan mempelajari beraneka praktik (Sardar & Loon, 2001: 6).[179] Ini membuat kajian budaya sangat berbeda dengan disiplin-disiplin konvensional seperti fisika, sosiologi, atau filsafat yang masing-masing memiliki wilayah objek kajian yang garis batasnya sangat jelas. Selain sifat ambigu wilayah objek kajiannya, kajian budaya juga tidak memiliki teori atau metodologinya sendiri. Kajian budaya berfungsi dengan meminjam secara bebas dari disiplin ilmu sosial, seluruh cabang humaniora, dan seni. Ia mengambil teori-teori dan metodologi dari antropologi, sosiologi, psikologi, linguistik, filsafat, ilmu politik, kritisisme sastra, dan teori seni. Hampir setiap metode dari analisis tekstual, etnografi, dan psikoanalisis hingga riset survei, dapat digunakan untuk melakukan kajian kebudayaan. Kajian budaya mengambil apa pun yang dibutuhkannya dari semua disiplin dan mengadopsinya untuk disesuaikan dengan tujuannya (*ibid*: 6-7).

Semua itu menyulitkan, kalau bukan mustahil, untuk menyepakati definisi dasar dari studi yang bernama kajian budaya ini. Kajian budaya bukanlah satu hal, ia adalah banyak hal.[180] Ia mencakup wilayah intelektual dan akademis mulai dari disiplin lama yang mapan hingga gerakan politik baru, praktik-praktik intelektual, serta cara-cara penyelidikan seperti Marxisme, pos-kolonialisme, feminisme, dan pos-strukturalisme. Ia bergeser dari disiplin ke disiplin, metodologi ke metodologi, menurut minat dan motivasinya. Itulah sebabnya, kajian budaya bukanlah sebuah disiplin. Kenyataanya, ia adalah suatu istilah kolektif bagi upaya keras intelektual yang beragam dan sering bersitegang, yang menggeluti banyak banyak persoalan, dan terdiri atas banyak posisi teoretis dan politis yang berbeda-beda. Itu pula yang menyebabkan kajian budaya sering digambarkan sebagai "antidisplin"—cara penyelidikan yang tidak mengikuti baju pengekang disiplin-disiplin yang terlembagakan (*ibid*: 8).

Meskipun kajian budaya hampir mustahil didefinisikan, itu tidak berarti bahwa apa pun dapat menjadi kajian budaya, atau kajian budaya dapat menjadi apa pun. Sejarah kajian budaya, demikian rangkum Sardar & Loon (2001: 9), telah memberinya karakteristik tertentu yang biasanya dapat diidentifikasi dari segi tujuan yang harus dicapai kajian budaya. Pertama, kajian budaya bertujuan mengkaji pokok persoalannya dari sudut

praktik kebudayaan dan hubungannya dengan kekuasaan dan mengkaji bagaimana hubungan tersebut mempengaruhi dan membentuk praktik kebudayaan. Kedua, kajian budaya tidak hanya studi tentang budaya, seakan-akan ia merupakan entitas tersendiri yang terpisah dari konteks sosial, ekonomi, dan politiknya. Tujuannya adalah memahami budaya dalam segala bentuk kompleksnya dan menganalisis konteks sosial, ekonomi, dan politik tempat budaya mengejawantahkan dirinya. Ketiga, kajian budaya bertujuan menjadi, baik usaha pragmatis maupun intelektual. Keempat, kajian budaya berupaya membongkar dan mendamaikan pengotakan pengetahuan. Tentang hal ini, Stuart Hall, dalam artikel "Cultural Studies: Two Paradigms" (1996) mengatakan:

> *Cultural studies, wherever it exists, reflect the rapidly shifting ground of thought and knowledge, argument and debate about a society and about its own culture. It is an activity of intellectual self-reflection. It operates both inside and outside the academy. It represents something, indeed, of the weakening of the traditional boundaries among the disciplines and of the growth of forms of interdisciplinary research that don't easily fit, or can't be contained, within the confines of the existing divisions of knowledge* (h. 337).

Kelima, kajian budaya melibatkan dirinya dengan evaluasi moral masyarakat modern. Tradisi kajian budaya bukanlah tradisi kesarjanaan yang bebas nilai, melainkan tradisi yang punya komitmen bagi rekonstruksi sosial dan melibatkan diri dalam kritik politik. Jadi, kajian budaya bertujuan memahami dan mengubah struktur dominasi, khususnya dalam masyarakat kapitalis industrial (Sardar & Loon, 2001: 9). Dalam hal yang disebut terakhir ini, John Fiske (1996: 115) pernah mengatakan, "*cultural studies is concerned with the generation and circulation of meanings in industrial societies*".

Barangkali, elaborasi terbaik perihal definisi dan karakteristik "disiplin" kajian budaya adalah apa yang dirangkum oleh pemikir kajian budaya terkemuka asal Amerika Serikat, Lawrence Grossberg. Dalam *book chapter* "The Circulation of Cultural Studies" (1996), Grossberg menulis:

> *Cultural studies does not attempt to explain everything from the cultural point of view; rather, it attempts to explain culture using whatever resources are intellectually and politically necessary and available, which is determined in part by the form and place of its institutionalization. Consequently, cultural studies has always been a collective activity, although it is often produced by a single author and the forms of its collectivity have varried greatly and can never be defined in advance, outside of any specific historical and institutional context. [...] If there is no fixed definitions of cultural studies, perhaps the terrain on which it operates can at least be identified: cultural studies is concerned with describing and intervening in the ways 'texts' and 'discourses' (i.e. cultural practices) are produced within, inserted into, and operate in the everyday life of human beings and social formations, so as to reproduce, struggle against, and perhaps transform the existing structures of power* (h. 180).

Terdapat beberapa prinsip dan konsep kunci untuk memahami bagaimana kajian budaya diterapkan. Sebuah konsep utama dalam kajian budaya adalah konsep tanda (*sign*). Teori tentang tanda dikembangkan dari karya ahli bahasa Swiss, Ferdinand Saussure (1857-1913). Saussure berpendapat bahwa bahasa adalah fenomena budaya; dan bahasa menghasilkan makna dalam cara yang khusus. Bahasa memproduksi makna melalui sistem hubungan dengan menciptakan jaringan persamaan dan perbedaan. Seorang penerus Saussure, Roman Jakobson, kemudian mengembangkan gagasan itu

kepada hal-hal di luar bahasa. Jakobson mengatakan bahwa prinsip-prinsip yang mengatur sistem bahasa juga mengatur tipe-tipe sistem komunikasi lain, seperti tulisan, film, dan mode. Roland Barthes, yang pemikirannya sudah dipaparkan pada bagian sebelumnya dari bab ini, mempostulasikan bahwa cara orang berpakaian, apa yang ia makan, dan caranya bersosialisasi, juga mengomunikasikan hal-hal mengenai diri orang itu, dan dengan demikian, dapat dipelajari sebagai tanda. Para penerus Saussure seperti Jakobson dan Barthes itulah yang kemudian mengembangkan studi tentang tanda—yang disebut ”semiotika”—untuk memapankan sifat dasar tanda dan menjelaskan cara kerja tanda dalam kehidupan sosial (Sardar & Loon, 2001: 10-11).

Nama ”kajian budaya” (*cultural studies*) itu sendiri mula-mula diperkenalkan oleh para ilmuwan sosial yang terhimpun di Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) di Universitas Birmingham,[181] Inggris, yang didirikan pada 1964.[182] Pada 1972 lembaga tersebut menerbitkan edisi perdana *Working Papers in Cultural Studies* dengan tujuan khusus ”mendefinisikan dan mengisi sebuah ruang” serta ”meletakkan kajian budaya dalam peta intelektual”. Sejak saat itu, karya yang dikerjakan di lembaga tersebut telah memperoleh status mitologis dalam bidang tersebut. Karya-karya Richard Hoggart (l. 1918),[183] Raymond Williams (1921-1988), E.P. Thomson (1924-1993),[184] dan Stuart Hall (l. 1932),[185] dan semua yang berhubungan dengan CCCS pada berbagai masa, dipandang sebagai teks-teks dasar kajian budaya.[186] Tulisan-tulisan para pendiri kajian budaya ini menaruh perhatian bukan pada bagaimana orang-orang mengakomodasi budaya yang diwariskan dengan pasif. Melainkan, pada apa yang orang-orang lakukan dengan komoditas kebudayaan yang mereka temui dalam kehidupan keseharian mereka. John Frow dan Meaghan Morris, dalam *book chapter* “Australian Cultural Studies” (1996), menegaskan hal ini: “*cultural studies takes as its object the ordinary culture … of its own society*” (h. 357).

Fokus para bapak pendiri itu adalah pada bagaimana budaya dipraktikkan dan bagaimana budaya diciptakan—atau bagaimana praktik budaya memungkinkan berbagai kelompok dan kelas berjuang demi meraih dominasi kebudayaan (Sardar & Loon, 2001: 24-26). Bagi teoretikus budaya Raymond Williams, yang juga salah seorang pendiri kajian budaya, pengertian budaya sebagai praktik berarti melihat budaya sebagai ekspresi spesifik dari komunitas organik yang koheren dan melawan determinisme dalam berbagai bentuknya (h. 29). Frasa “melawan determinisme” ini menunjukkan bahwa budaya populer adalah kategori politis, merupakan arena kekuasaan dan perjuangan untuk mencapai makna (Barker, 2004: 402).

Fokus seperti itulah yang membuat budaya dalam perspektif kajian budaya menjadi bersifat politis-ideologis.[187] Storey (1996: 4) mengatakan, “*ideology is without doubt the central concept in cultural studies*”. Kajian budaya menganggap budaya itu bersifat politis dalam pengertiannya yang sangat spesifik, yaitu sebagai ranah konflik dan pergumulan.[188] Di sini, budaya dilihat sebagai situs penting bagi produksi dan reproduksi hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari—yang inheren di dalamnya relasi kuasa sehingga membuat budaya bersifat politis. John Fiske (1996) dan John Storey (1996) menegaskan hal ini:

> *The term* culture*, as used in phrase ‘cultural studies’, is neither aesthetic nor humanist in emphasis, but political. Culture is not conceived of as the aesthetic ideals of form and beauty found in great art, or in more humanist terms as the voice the ‘human spirit’ that trancendens boundaries of time and nation to speak to hypothetical universal man (the gender is deliberate—woman play little or no role in this conception of culture). Culture is*

> *not, then, the aesthetic products of the human spirit acting as a bulwark against the tide of grubby industrial materialism and vulgarity, but rather a way of living within an industrial society that encompasses all the meanings of the social experince* (Fiske, 1996: 115).
>
> *'Culture' in cultural studies is defined politically rather than aesthetically. The object of study in cultural studies is not culture defined in the narrow sense, as the objects of aesthetic excellence ('high art'); nor culture defined in an equally narrow sense, as a process of aesthetic, intellectual and spiritual development; but culture understood as the texts and practices of everyday life* (Storey, 1996: 2).

Dalam pengertian tersebut, menjadi jelas bahwa kata "budaya" dalam terminologi kajian budaya memang lebih didefinisikan secara politis daripada secara estetis, yakni budaya yang dipahami sebagai teks dan praktik hidup sehari-hari.[189] Dalam pandangan Storey (1996: 2), definisi ini dapat dikatakan sebagai sangat radikal karena bergerak melampaui eksklusivitas sosial dan, karena itu, melibatkan budaya pop (*popular culture*)[190] sebagai objek utama kajiannya. Walaupun kajian budaya tidak bisa (dan seharusnya tidak) direduksi menjadi kajian budaya pop, tetapi, sebagaimana argumen Storey (2-3), tidak dapat disangkal bahwa kajian budaya pop bersifat sentral bagi kajian budaya. Ini merupakan konsekuensi logis dari definisi "budaya" sebagai "praktik hidup sehari-hari".

Stuart Hall (dalam Storey, 2007: 3) menggambarkan budaya pop sebagai "sebuah arena konsensus dan resistensi. Budaya pop merupakan tempat di mana hegemoni[191] muncul, dan wilayah di mana hegemoni berlangsung". Sedangkan G. Turner (1990, dalam Storey, 2004: 21) menjelaskan:

> Budaya pop adalah satu tempat di mana konstruksi kehidupan sehari-hari dijalankan. Pelaksanaan ini tidak hanya secara akademis—yaitu usaha untuk memahami proses atau praktiknya—tetapi juga secara politis, yaitu mengamati hubungan antara penguasa yang menyusun bentuk kehidupan sehari-hari ini dengan menunjukkan konfigurasi konstruksi kepentingan yang ada (h. 21).

Sedangkan Chris Barker, dalam (2004: 52), mengatakan bahwa kebudayaan bersifat politis karena ia mengekspresikan relasi sosial kuasa kelas dengan cara menaturalkan tatanan sosial sebagai suatu "fakta" niscaya, sehingga mengaburkan relasi eksploitasi di dalamnya. Jadi, kebudayaan itu ideologis.

Sifat politis-ideologis dalam definisi budaya itu mendapatkan bentuknya yang lebih konkret dalam rumusan teori "artikulasi" dari Stuart Hall yang mengacu kepada konsep hegemoni (*hegemony*) dari Antonio Gramsci. Hall mengembangkan teori "artikulasi" ini untuk menjelaskan proses pertarungan ideologis dalam praktik budaya (penggunaan istilah "artikulasi" oleh Hall menghadirkan makna ganda: mengekspresikan [makna-makna] dan berpartisipasi [*join together*] dalam pembentukan makna, baik itu produser maupun konsumer). Dalam *book chapter* "The Rediscovery of Ideology: The Return of the Repressed in Media Studies" (*Subjectivity and Social Sciences*, 1985, dalam Storey, 1996: 4-5), Hall menggambarkan budaya sebagai arena berlangsungnya pertarungan ideologis secara terus-menerus.[192] Hal ini terjadi karena makna-makna (yang senantiasa potensial dilekati oleh ideologi) selalu berkontestasi di dalam ranah budaya. Hall berpendapat bahwa teks dan praktik budaya tidak tidak dibubuhkan bersama makna, tidak dijamin secara pasti oleh tujuan-tujuan produksi; makna senantiasa merupakan akibat dari tindakan "artikulasi" (sebuah proses "*production in use*" yang sifatnya aktif). Proses ini disebut "artikulasi" sebab

makna harus diekspresikan, namun ia senantiasa diekspresikan dalam konteks yang spesifik, dalam momen historis yang spesifik, di dalam sebuah wacana yang spesifik. Jadi, ekspresi selalu dikaitkan dan disesuaikan dengan konteks.

Hall juga menyitir karya teoretikus budaya asal Rusia Valentin Volosinov (*Marxism and the Philosphy of Language*, 1973). Volosinov berpendapat bahwa makna senantiasa ditentukan oleh konteks artikulasi. Teks dan praktik budaya bersifat "multiaksentual"; yakni, teks dan praktik budaya bisa diartikulasikan dengan "aksen" yang berbeda oleh orang yang berbeda dalam konteks yang berbeda untuk tujuan politis yang berbeda. Makna, karenanya, adalah sebuah produksi sosial; dunia harus diberi makna. Sebuah teks atau praktik atau peristiwa bukanlah sumur makna (*source of meaning*) yang akan mengeluarkan makna dengan sendirinya, melainkan tempat di mana artikulasi makna—yakni makna (-makna) yang beraneka ragam—bisa berlangsung. Karena makna yang berbeda bisa dibubuhkan pada teks atau praktik atau peristiwa yang sama, makna senantiasa merupakan tempat yang potensial terhadap konflik. Sehingga, wilayah budaya menurut kajian budaya merupakan tempat pergumulan ideologis yang utama; sebuah ranah "inkorporasi" (*incorporation*) dan "resistensi" (*resistance*); salah satu tempat di mana hegemoni dimenangkan atau kalah (*ibid*: 5-6).

Mengacu kepada teori "artikulasi" dari Hall tersebut, dapat dikatakan bahwa terdapat dialektika antara proses produksi dan aktivitas konsumsi. Konsumer selalu berhadapan dengan sebuah teks atau praktik dalam eksistensi materialnya sebagai akibat dari kondisi produksi yang sudah pasti. Tetapi, dengan cara yang sama, teks atau praktik dihadapkan dengan seorang konsumer yang pada praktiknya memproduksi (melalui penggunaan—*produces in use*) serangkaian kemungkinan maknawi, yang tidak bisa hanya dibacakan dari materialitas teks atau praktiknya, atau dari cara-cara dan hubungan-hubungan produksinya.[193] Kajian budaya juga menegaskan bahwa penciptaan budaya pop ("*production in use*") bisa memberdayakan mereka yang subordinat dan menjadi sarana penentangan terhadap pemahaman dominan mengenai dunia. Namun, mengutip Storey (2007: 6-7), itu bukan berarti bahwa budaya pop senantiasa memberdayakan dan menentang.[194]

> *Cultural studies would also insist that making popular culture ("production in use") can be empowering to subordinate and resistant to dominant understanding of the world. But this is not to say that popular culture is always empowering and resistant.* (Storey, 1996: 9).

Pandangan Hall tersebut kemudian dielaborasi lebih lanjut oleh teoretikus kajian budaya Amerika Serikat Lawrence Grossberg (1992, dalam Storey, 1996: 6-7):

> *We have to acknowledge that, for the most part, the relationship between the audience and popular texts is an active and productive one. The meaning of text is not given in some independently available set of codes which we can consult at our own convenience. A text does not carry its own meaning or politics already inside of itself; no text is able to guarantee what its effects will be. People are constantly struggling, not merely to figure out what a text means, but to make it mean something that connect to their own lives, experiences, needs and desires. The same text will mean different things to different people, depending on how it is interpreted. And different people have different interpretive resources, just as they have different needs. A text can only mean something in the context of the experience and situation of its particular audience. Equally important, texts do not define ahead of time how they are to be used or what functions they can serve. They can have different uses for different people in different context.... How a specific text is used,*

how it is interpreted, how it functions for its audience—all of these are inseparably connected through the audience's constant struggle to make sense of itself and its world, even more, to make a slightly better place for itself in the world.

Selain berwatak politis-ideologis, budaya dalam kajian budaya juga berwatak semiotis. Seperti dikatakan oleh Sardar & Loon (2001: 10-11) salah satu konsep utama dalam kajian budaya adalah konsep tanda (*sign*). Tetapi, yang menjadi mata rantai utama yang menghubungkan kajian budaya dengan semiotika adalah pemikiran Volosinov. Dalam bukunya, *Marxism and the Philosphy of Language* (1973), Volosinov menyatakan keterkaitan erat antara ideologi—yang merupakan konsep sentral dalam kajian budaya—dan semiotika:

e*verything ideological ... is a sign; without signs, there is no ideology. The domain of ideology coincides with the domain of signs. Wherever a sign is present, ideology is present too.* Everything ideological possesses semiotic value (h. 10)

Pertautan ideologi dengan semiotika ini menunjukkan bahwa ideologi—sebagaimana makna—tidak hidup hanya dalam dunia ide atau kognisi.

Jauh sebelum Volosinov mengemukakan premis pertautan ideologi-semiotika ini, Roland Barthes, seperti telah dibahas, sebenarnya telah lebih dulu menunjukkan bagaimana cara menyingkap makna-makna ideologis di balik tanda-tanda semiotis berupa objek-objek material (yakni berbagai artefak budaya pop) dengan menggunakan konsep semiotika konotasi dan mitos. Ihwal kaitan antara ideologi dan objek material (artefak budaya, komoditas-komiditas) ini pernah dibahas oleh Maria Campos (1983: dalam Bezuidenhout, 1998). Campos mengatakan bahwa "*ideology attains material existence. It becomes concretised, it acts surreptitiously, it never presents itself as* '*being ideological*'". Ideologi dimaujudkan oleh tanda yang merepresentasikan pesan (*message*)-nya. Dengan kata lain, relasi antara ideologi dan semiotika terjalin ketika ideologi menjadikan penggunaan tanda-tanda (komoditas) oleh khalayak sebagai sarana untuk menyampaikan (*convey*) pesan-pesannya. Dalam hal ini, ideologi yang bersirkulasi melalui tanda bisa bersumber pada produser tanda/komoditas maupun konsumer tanda/komoditas. Dengan demikian, ideologi mendahulu tanda; dan selanjutnya, "*it becomes communicable as it is turned into a code. This code then relates the ideology by portraying certain deeds, habits or institutions*", kata Campos (h. 978).

Apa yang dikemukakan oleh Volosinov dan Campos tersebut—dan jauh sebelumnya sudah "disuarakan" oleh karya-karya Barthes—menegaskan, meskipun secara implisit, ihwal pertautan erat semiotika dengan kajian budaya. Bahkan, menurut Cary Nelson (1996: 279-280), ada semacam tumpang tindih wilayah objek kajian di antara kedua studi ini—meskipun karakter politis-ideologis kajian budaya jelas jauh lebih kuat daripada "sekedar" adanya komponen ideologis dalam semiotika.

Cultural studies is not simply the neutral study of semiotic systems, no matter how mobile and flexible those systems are made to be. There can be a semiotic component to cultural studies, but cultural studies and semiotics are not interchangeable. Cultural studies is not satisfied with mapping systems. It is connected with the struggles over meaning that reshape and define the terrain of culture. It is devoted, among other things, to studying the politics of signification.

Senada dengan Nelson, tetapi lebih tersirat, Ien Ang (1996), menulis:

> *A distinctive asumption of cultural studies is that the social production and reproduction of sense and meaning involved in the cultural process is not only a matter of signification, but also a matter of power. The intimate connection of signifying practices and the exercise of power is a focal interest of cultural studies. ... once we recognize that all of culture refracts reality as well as reproducing it as meaningful, then we are committed as well to examining the interests implicated in particular refractions. Consequently, ideology was logically placed in the foreground of cultural studies to the point that the cultural and the ideological tended to be collapsed into one and another; cultural processes are by definition also ideological in that the way the world is made to appear in society tends to coincide with the interests of the dominant or powerful classes and groups in that society* (h. 241).

Masih dalam konteks relasinya dengan semiotika, menurut John Fiske dalam *Understanding Popular Culture* (1989, dalam Storey, 1996: 26), budaya pop, yang bersifat sentral bagi kajian budaya, kebanyakan, tetapi tidak eksklusif, beroperasi pada ranah kekuasaan semiotika.[195] Budaya pop menaruh perhatian pada pertarungan antara homogenisasi dan heterogenisasi, atau antara konsensus dan konflik. Dalam pengertian ini, budaya pop merupakan sebuah medan perang semiotika antara kekuatan kerja sama (*incorporation*) dan kekuatan perlawanan (*resistance*); antara seperangkat makna, kesenangan, serta identitas sosial yang ditimpakan (*imposed*), dan makna, kesenangan, serta identitas sosial yang dihasilkan dalam aksi perlawanan semiotika: kekuatan homogenitas yang hegemonik senantiasa dihadapkan dengan perlawanan terhadap heterogenitas. Melalui arena budaya pop, khalayak tak henti-hentinya ambil bagian dalam apa yang disebut oleh Fiske—meminjam istilah Michel de Certeau dalam *The Practice of Everyday Life* [1984]—sebagai "perang gerilya semiotika" (*semiotic guerilla warfare*) melawan inkorporasi industri budaya yang hendak menjadikan mereka sebagai konsumer komoditas yang pasif belaka (h. 26).

Pendekatan Fiske terhadap budaya pop, seraya mengakui kekuasaan kekuatan dominan, sengaja memilih mengarahkan perhatiannya pada taktik-taktik populer yang dengan itu kekuatan-kekuatan dominan diatasi, dihindari, atau dilawan (*ibid*: 27). Dengan kata lain, alih-alih berkonsentrasi pada praktik-praktik ideologi dominan, pendekatan ini lebih memilih untuk meneliti vitalitas dan kreativitas populer, memahami perlawanan dan penghindaran sehari-hari khalayak, yang membuat ideologi dominan itu bekerja sedemikian keras untuk mempertahankan dirinya sendiri dan nilai-nilainya.[196] Seperti dikatakan sendiri oleh Fiske (1996):

> *The mass-produced text is produced and circulated by capitalist institutions for economic gain and is therefore imprinted whith capitalist. But the mass-produced text can only be made into a* popular *text by the people, and transformation occurs when the various subcultures can activate sets of meanings and insert those meanings into their daily cultural experience. They take mass-produced signifiers and, by a process of 'excorporation', use them to articulate and circulate subcultural meanings* (h. 143).

Jadi, jelas bahwa kajian budaya yang menaruh perhatian pada soal konsumsi,[197] seperti yang ada dalam pemikiran Hall (teori "artikulasi") dan Fiske (konsep "perang gerilya semiotika") tersebut, mengembangkan suatu asumsi dasar bahwa meskipun komoditas budaya pop ada di tangan perusahaan kapitalis transnasional, tetapi makna selalu diproduksi, diubah, dan diatur pada level konsumsi oleh orang yang merupakan produser aktif makna (Barker, 2004: 48).

Fiske, dalam sebagian besar karyanya, memang telah mendiskusikan aktivitas produksi makna secara kreatif yang dilakukan konsumer. Mereka, para konsumer, telah berperan menjadi *bricoleur* (perakit): menyeleksi dan menata elemen komoditas dan tanda-tanda yang penuh makna.[198] Dalam hal ini, Chamber dalam *Popular Culture: The Metropolitan Experience* [1986] dan Hebdige dalam *Hiding in the Light* [1988] (dalam Barker, 2004: 355) telah lebih dulu mendiskusikan bagaimana komoditas membentuk basis bagi konstruksi identitas yang beragam. Mereka menekankan pada aktivitas konsumer yang berorientasi makna, yang bertindak sebagai *bricoleur* yang memilih dan menata unsur-unsur komoditas material dan tanda-tanda yang bermakna.

Senada dengan Chamber, Hebdige, dan Fiske, Paul Willis dalam *Common Culture* (1990, dalam Barker, 2004) berpendapat bahwa alih-alih inheren di dalam komoditas, makna dan nilai sesungguhnya dikonstruksikan melalui pemakaian sosial—dan selanjutnya proses ini bisa memengaruhi desain (artefak teknologis) komoditas. Khalayak menjelajahi arena komoditas yang, meskipun bukan ciptaan mereka sendiri, merupakan sesuatu yang di dalamnya mereka dapat secara aktif memproduksi logika dan makna. Carteau, dalam *The Practice of Every Day Life* (1984, dalam Barker, 2004: 49), menjelaskan dengan tepat "teori konsumsi kreatif" ini.

> Pada produksi rasional [oleh industri kapitalis] yang ekspansionis dan pada saat yang sama tersentralisasikan, menggoda dan spektakuler, terdapat produksi lain, yang disebut dengan 'konsumsi'. Konsumsi bersifat menipu, terisolasi namun ia memasukkan dirinya ke mana-mana, secara sembunyi-sembunyi dan hampir tak terlihat, karena ia tidak mewujudkan dirinya melalui produksnya sendiri, melainkan melalui cara orang menggunakan produksi yang dipaksakan oleh tatanan ekonomi dominan.

Mengikuti Carteau, Fiske (1989, dalam Barker, 2004: 49) berpendapat behwa budaya pop dibangun oleh makna yang diciptakan orang (konsumer) daripada makna yang dapat diidentikkan dengan teks yang dilekatkan oleh produser. Meskipun Fiske paham bahwa budaya pop begitu banyak dihasilkan oleh perusahaan kapitalis, ia lebih memfokuskan perhatiannya kepada taktik populer di mana kekuatan-kekuatan ini ditangani atau dihindari secara kreatif oleh khalayak konsumer. Dalam pandangan ini, diasumsikan bahwa konsumer bukanlah orang dungu yang pasif, melainkan produser aktif makna yang tengah melakukan pemilahan. Bagi Fiske, budaya pop adalah tempat bagi perang semiotika dan taktik rakyat yang digunakan untuk menyerang atau melawan makna yang diproduksi dan dipaksakan di dalam komoditas oleh para produser. Bagi Ang dalam *Living Room Wars* (1996, dalam Barker, 2004: 383), fenomena sebagaimana digambarkan oleh Fiske tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk meneliti "bagaimana kontradiksi budaya, inkonsistensi, dan inkoherensi berlangsung di dalam budaya pascamodern kontemporer".

Demikian semiotika bertaut dengan kajian budaya. Apa yang dapat disimpulkan dari pemikiran Hall, Grossberg, Willis, Fiske, dan Carteau tersebut adalah bahwa meskipun *komoditas-budaya-pop* (lengkap dengan segenap makna/nilai yang dibubuhkan pada komoditas itu) diproduksi oleh kelompok yang memiliki kuasa dominan dalam masyarakat (kaum kapitalis transnasional), tetapi *budaya-pop* terbentuk melalui produksi makna populer yang terjadi pada saat komoditas itu dikonsumsi oleh khalayak. Dengan kata lain, pada level konsumsi, khalayak—sebagai konsumer komoditas, tetapi merupakan produser aktif makna—memiliki daya-daya kreatif untuk mengubah, membentuk ulang, atau menghadirkan makna tandingan

terhadap makna yang sebelumnya sudah dibubuhkan oleh produser komoditas. Maka, dalam pandangan ini, makna selalu merupakan arena kontestasi (*contestation*) nilai-nilai (ideologis, politis, estetis-kultural)—yang termediasikan secara material dalam berbagai artefak dan komoditas kehidupan sehari-hari.[]

4

Modus-Modus Teknokultur

... the relation between science, technology, and social change is so difficult to grasp or pin down: it leads to progressively greater homogeneity (this follows from the interlocking of science and technology according to regularities in the physical world) and to greater pluralization (these regularities enhance our power in using them in ever more, and more varied, ways). In this way, the homogenizing effect of scientific and technological advance can be reconcilied with the greater cultural diversity of 'more'. The ideas about modernization and convergence ... revolve around advance because science and technology only advance in relation to the physical or material world; the rest of culture (and the political and economic sphere) remains plural and advances (or not) separately—except insofar as culture (and the other two sphere) are expressed via technology and thus work in the same way

Ralph Schroeder, *Rethinking Science, Technology, and Social Change*, 2007, h. 125.

Prolog

Pada Bagian Dua sudah dipaparkan konsep teknologi dan konsep budaya yang digunakan dalam kajian ini (Bab 2 dan Bab 3), serta formulasi teori teknokultur—yakni konsepsi bahwa pertautan teknologi dan budaya bersifat saling mengubah atau mentransformasi—yang bertolak dari kedua konsep tersebut (Bab 4). Telah dipaparkan pula pendekatan yang relevan untuk mengkaji tema teknokultur itu, yakni teori semiotika—dengan penekanan pada konsep "semiotika artefak" yang berhutang gagasan pada Roland Barthes—serta relevansi teori itu bagi studi kebudayaan, teknokultur, dan kajian budaya (*cultural studies*) (Bagian 4). Kesemua konsep dan pendekatan yang telah dipaparkan itu, berikut kesalingterkaitannya, berguna sebagai kerangka konseptual untuk melakukan kajian teknokultur. Namun, sebelum sampai kepada tujuan itu, diperlukan suatu formula yang bersifat "operasional" yang diturunkan dari konsep-konsep dan pendekatan tersebut agar tersedia sumbu praksis terhadap realitas empirik teknokultur.

Oleh sebab itu, bagian ini dimaksudkan sebagai paparan perihal formula tersebut. Formula berupa premis-premis teoretik atau postulat-postulat[199] yang berguna sebagai kerangka analitik mengenai fenomena teknokultur. Karena premis-premis itu menunjukkan bagaimana teknologi dan budaya bertaut dalam suatu relasi yang bersifat saling memengaruhi atau saling mengubah satu sama lain, mekanisme itu saya sebut sebagai "modus-modus teknokultur".[200] Dengan tersedianya kerangka konseptual dan kerangka analitik itu, berarti tujuan pokok buku ini, yakni mengkonstruksi kerangka berpikir mengenai relasi teknologi dengan budaya, khususnya dalam konteks kehidupan sehari-hari, dapat tercapai.

Saya berpandangan bahwa pembahasan mengenai efek-efek empirik—yakni yang dapat teramati dalam praktik sosial masyarakat—yang timbul dari relasi antara teknologi dan budaya adalah salah satu wilayah diskusi yang paling pokok dalam kajian teknokultur. Berikut ini adalah empat modus teknokultur yang saya rumuskan, yang berlaku dalam relasi saling memengaruhi dan mengubah antara teknologi dan budaya—teknokultur.

9

Modus 1: Heterogenitas, Homogenitas, dan Hibriditas

Dalam *Technology and the Lifeworld* (1990), filsuf teknologi Don Ihde telah mendiskusikan gagasannya tentang "plurikulturalitas". [201] Paparan selanjutnya mengenai konsep plurikulturalitas ini merujuk pada Lim (2008: 142-150, 186-187, dengan rujukan banding tentang multikulturalisme pada Lubis [2006: 133-195]). Menurut Ihde, teknologi dalam masyarakat kapitalis-industrial memang dapat disebarluaskan hingga menjadi fenomena global, tetapi tidak total. Meskipun teknologi sudah menyebar hingga ke pelbagai pelosok dunia, ia tidak menjadi suatu totalisasi. Ini terjadi karena, walaupun teknologi dominan, pada waktu yang sama teknologi juga menyebabkan munculnya kesadaran akan *Liyan* (*the Others*), yaitu pelbagai budaya bukan-Barat. Demikianlah lahir plurikulturalitas yang mengutamakan keberagaman budaya di mana tidak ada suatu budaya yang lebih baik dan dominan terhadap budaya-budaya lain.

Plurikulturalitas merupakan suatu bentuk multikulturalitas atau heterogenitas budaya yang terjadi akibat pengaruh teknologi. [202] Plurikulturalitas mencegah direduksinya cita rasa ke satu pusat dan fondasi yang tunggal. Ia merupakan proliferasi pelbagai cara pandang untuk menghargai dan merayakan keanekaragaman. Dalam keberagaman ini setiap budaya dihormati dan tidak ada satu budaya yang dianggap lebih unggul, lebih benar, dan lebih cocok daripada yang lain (h. 142). Dalam fenomena plurikulturalitas, budaya-budaya yang saling berinteraksi mengalami pengayaan kultural. Dengan pandangan seperti ini, gagasan tentang plurikulturalitas mirip dengan ide pascamodernisme[203] mengenai heterogenitas sebagai konsekuensi dari globalisasi.[204, 205] Ihde memandang, dalam fenomena plurikulturalitas, budaya mengalami transformasi. Tidak ada budaya yang kaku: budaya mengalir terus, berubah, dan beradaptasi.[206]

Tetapi, sebagaimana globalisasi kultural mendorong terbentuknya heterogenitas maupun homogenitas budaya, teknologi tidak hanya menciptakan plurikulturalitas, tetapi juga melahirkan homogenitas. Pada era globalisasi saat ini, teknologi banyak membantu dalam menjalin hubungan yang lebih erat dan pertukaran informasi yang lebih intens antara berbagai pihak, baik negara, perusahaan, masyarakat, maupun individu. Jadi, dalam pandangan Ihde, meskipun terjadi fenomena merayakan keragaman budaya lewat teknologi, pemekaran nilai-nilai tertentu yang lebih dominan pun berlangsung (Lim, 2008: 186-187). Dominasi budaya tertentu mengakibatkan homogenisasi budaya. Hal ini terjadi karena tidak ada budaya yang dibawa oleh teknologi dapat diadaptasi secara penuh dalam budaya yang menerimanya. Maka, tidak dapat dikatakan bahwa perkembangan teknologi kini hanya membawa pada fenomena plurikulturalitas/ heterogenitas, karena ia juga melahirkan suatu homogenitas budaya (*ibid*: 187). Kecenderungan homogenisasi ini, menurut sosiolog

konsumsi George Ritzer (2006: 106-122), tidak bisa dilepaskan dari tiga proses yang berlangsung secara serentak: kapitalisme, McDonaldisasi, dan Amerikanisasi. [207] Secara bersama-sama, ketiga proses tersebut terlibat dalam arus globalisasi yang mendorong pada kecenderungan homogenisasi.

Globalisasi itu sendiri sering didefinisikan sebagai penyebaran kebiasaan-kebiasaan yang mendunia, ekspansi hubungan yang melintasi batas-batas negara dan benua, organisasi dari kehidupan sosial pada skala global, dan pertumbuhan dari sebuah kesadaran global bersama (Frank Lechner, dalam Ritzer, 2006: 96). Teoretikus globalisasi Roland Robertson, dalam *Globalization: Social Theory and Global Culture* (1992, dalam Ritzer dan Stillman, 2004: 36) mendefinisikan globalisasi sebagai: "*the compression of the world and the intensification of consciousness of the world as a whole*". Sedangkan sosiolog Göran Therborn (2000: 154) mendefinisikan globalisasi sebagai: "*tendencies to a worldwide reach, impact, or connectedness of social phenomena or to a world-encompassing awareness among social actors*".

Robertson telah mengkaji secara mendalam persoalan homogenitas versus heterogenitas sebagai efek globalisasi tersebut. Dalam artikel "Globalization Theory 2000+: Major Problematics" (2001, dalam Ritzer, 2006: 97), Robertson menggarisbawahi apa yang dia anggap sebagai persoalan-persoalan pokok dalam globalisasi: apakah perubahan global menyebabkan homogenitas yang semakin meningkat atau heterogenitas yang semakin meningkat atau sebuah campuran dari keduanya? Dan apa hubungan di antara keduanya? Dua persoalan ini sangat erat berkaitan karena keunggulan lokal akan cenderung dihubungkan dengan heterogenitas, sementara dominasi global akan lebih dihubungkan dengan homogenisasi. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan itu sebenarnya telah dirumuskan oleh Robertson beberapa tahun sebelumnya.

Dalam artikel "Globalisation or Glocalization" (1994, dalam Ritzer, 2006: 97), Robertson mengemukakan sebuah konsep yang sekarang menjadi terkenal, yakni "glokalisasi" (*glocalization*), yang menekankan integrasi antara yang global dan yang lokal. Konsep ini cenderung menekankan pentingnya eksistensi heterogenitas. Glokalisasi dapat didefinisikan sebagai interpretasi global dan lokal yang memberikan hasil unik dalam wilayah geografis yang berbeda. Robertson mendukung konsep glokalisasi dengan menjabarkan serangkaian campuran budaya yang dihasilkan dari interpenetrasi dari budaya yang khusus dan budaya yang universal.[208] Dalam kata-kata Ritzer (2006: 100-101), konsep Roberstson tersebut dijelaskannya sebagai berikut:

> Bersama dengan realitas-realitas lokal, globalisasi dari begitu banyak komoditas dan ide memberikan komunitas-komunitas, kelompok-kelompok, dan individu-individu di banyak bagian di dunia ini sebuah kapasitas yang belum pernah ada sebelumnya untuk menciptakan realitas dan identitas tersendiri dan senantiasa berubah. Lebih dari sekedar penetrasi yang semakin bertambah oleh firma-firma dan negara-negara kapitalis yang mendukung mereka, perspektif [glokalisasi] ini melihat sebuah dunia dengan keanekaragaman yang semakin meningkat. Walaupun semua negara mungkin dipengaruhi oleh penyebaran kapitalisme dan rasionalisasi, negara-negara ini mungkin mengintegrasikan keduanya dengan realitas-realitas lokal untuk menghasilkan fenomena glokal yang khusus. Pada tataran ekstrem dalam bidang budaya, glokalisasi meliputi interaksi dari banyak input budaya lokal dan global untuk menciptakan sejenis karya tiruan, atau sebuah campuran, yang menimbulkan sebuah variasi campuran budaya (heterogenitas).

Tidak ketinggalan, para antropolog juga telah sejak lama terlibat dalam wacana heterogenitas/homogenitas ini. Hall dan Jaques (1989, dalam Saifuddin, 2005: 44), misalnya, menyatakan bahwa sejak akhir abad ke-20 semakin jelas bahwa dunia berubah, tidak hanya kuantitas, tapi juga secara kualitatif. Masyarakat manusia bergerak ke dalam suatu fase baru sejarah. Perkembangan ekonomi dan teknologi mendorong diversitas kebudayaan yang bahkan lebih besar. Pada titik inilah muncul paradoks: fragmentasi dan diferensiasi dalam wadah homogenitas dan standarisasi (yang disebut belakangan merupakan tanda khas dari modernisme dan masyarakat massa). Menurut Saifuddin (2005: 45), perkembangan yang kontradiktif (homogenisasi sekaligus heterogenisasi) yang mengiringi fenomena globalisasi atau kondisi pascamodrnitas dewasa ini dapat dilihat sebagai *symptom* “krisis identitas” yang mempengaruhi individu-individu di dunia modern. “Lanskap budaya dunia (pasca)modern ini tengah berubah, dan pengalaman kita mengenai diri kita sendiri—dan masyarakat kita—sebagai suatu entitas yang stabil semakin problematik dalam pandangan pascamodernisme” (*ibid*: 390).

Konsep plurikulturalitas dari Ihde maupun glokalisasi dari Robertson—yang juga dikonfirmasi oleh para antropolog—tersebut menjadi dasar untuk memformulasikan modus pertama tranformasi dalam teknokultur, yaitu bahwa teknologi (beserta muatan kultural di dalamnya) yang disebarluaskan dari satu masyarakat ke berbagai masyarakat lain (dengan demikian juga ke budaya yang lain) dengan skala global dapat memunculkan efek ganda yang paradoksal, yakni fenomena heterogenitas dan homogenitas. Efek heterogenitas dan homogenitas yang muncul secara simultan dari interaksi global tersebut telah diamati oleh para teoretikus globalisasi sejak hampir tiga dasawarsa terakhir.

Arjun Appadurai dalam artikel “Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy” (1990, dalam Ritzer, 1998: 85) menyatakan: “*central problem of today’s global interaction is the tension between cultural homogenization and cultural heterogenization*”. Thomas Friedman (1990, dalam Ritzer, 1998: 86) mengemukakan argumen serupa: “*ethnic and cultural fragmentation and modernist homogeneization are two constitutive trends of global reality*”. Smart (1994, dalam Ritzer, 1998: 86) menyatakan bahwa:

> *global transformations have led simultaneously to the dispersion of some common forms, commodities and ideas and yet, in so far as they are received, interpreted, adapted and utilised in potentially radically different cultural contexts, have contributed to the (re)production and (re)constitution of difference and diversity.*

Tetapi, penyebarluasan teknologi (beserta muatan kulturalnya) tersebut tidak hanya melahirkan efek berupa heterogenitas dan homogenitas karena terdapat efek lain berupa entitas hibrid (*hybrid entity*) atau hibriditas.[209] Masing-masing entitas tersebut akan didiskusikan lebih lanjut, secara konseptual dan ilustratif, dalam paparan di bawah ini.

Heterogenitas

Heterogenisasi adalah suatu bentuk percampuaran dari dua atau lebih elemen-elemen dari budaya-budaya atau bagian-bagian dunia yang berbeda (konsep ini lebih kurang sama dengan konsep “plurikuturalitas” dari Ihde, yakni heterogenitas budaya yang terbentuk melalui mediasi teknologi). Contoh-contoh percampuran (heterogenisasi) sudah sering kali diberikan oleh para pemikir globalisasi. Ritzer (2006: 104-105), misalnya, memberikan contoh heterogenisasi dengan ilustrasi berikut: “wisatawan-

wisatawan Uganda yang mengunjungi Amsterdam untuk menyaksikan perempuan-perempuan Maroko yang ikut serta dalam *Thai boxing*, orang-orang Argentina yang menyaksikan musik *rap* Asia yang ditampilkan oleh sebuah band Amerika Serikat pada sebuah klub di London yang dimiliki oleh orang-orang Arab Saudi".

Contoh serupa itu telah lebih dulu dikemukakan oleh Jan N. Pieterse dalam *book chapter*-nya di *Global Modernities* (1995, dalam Goodman & Cohen, 2003: 61): "*Thai-boxing by Moroccan girls in Amsterdam, Asian rap in London, Irish bagels, Chinese tacos and Mardi Gras Indians in the United States*". Zwingle dalam "A World Together" (2000, *ibid*) mencontohkan gejala sejenis: "*sitting in a cofee shop in London drinking Italian espresso served by an Algerian waiter to the strains of the Beach Boys singing 'I wish they all could be Californian girls*'". (Pieterse sendiri menyebut gejala itu bukan sebagai proses heterogenisasi, melainkan proses hibridisasi budaya (*cultural hybridization*)—meskipun dalam kajian ini saya menempatkan contoh-contoh seperti itu dalam kategori heterogenitas, bukan hibriditas).

Apa yang menyebabkan terjadinya heterogenitas kultural ini adalah terjadinya interpenetrasi aktif, kombinasi, dan percampuran di antara berbagai elemen budaya (Robins, 2003: 243). Proses ini, seperti telah dijelaskan dengan sangat baik oleh antropolog Akbar S. Ahmed dalam *Postmodernism and Islam* (1992, *ibid*), dimungkinkan berkat arus komunikasi yang makin mudah dan mengglobal, sekaligus oleh arus pergerakan dan perpindahan orang-orang dari satu negara ke negara lain—dengan kata lain, oleh arus globalisasi.

> *The mixing ofa images, interlocking of culture, juxtaposition of different peoples, availability of information are partly explained because populations are mobile as never before. The mobility continues in spite of increasingly rigid immigration controls. Filipino maids in Dubai, Pakistani workers in Bradford, the Japanese buying Hollywood studios, Hong Kong Chinese entrepreneurs acquiring prime property in Vancouver testify to this. The swirling and eddying of humanity mingles ideas, cultures and values as never before in history.*

Argumen serupa juga dikemukakan oleh Piliang (1998: 214). Sebab-musabab munculnya kecenderungan ke arah heterogenitas budaya, menurut Piliang, adalah akibat dari terjadinya proses-proses migrasi antarnegara, baik untuk tujuan peningkatan karier, mengisi waktu senggang, dan bisnis. Perpindahan profesional maupun individual ke luar batas-batas negara telah menjadikan setiap masyarakat menjadi lebih multietnik dan multikultural. Walhasil, dunia bergerak ke arah heterogenitas yang interaktif dan saling bergantung, daripada homogenitas lokal, regional, dan keterasingan kultural satu sama lain.

> Ketersediaan informasi, hiburan, makanan, bahasa, dan gaya hidup dari berbagai kebudayaan, suku, dan kebangsaan semakin terbuka untuk setiap individu, memberikan lebih banyak kemungkinan bagi heterogenisasi diri dan penciptaan kombinasi-kombinasi individu yang unik bagi identitas ego. Seseorang dapat memilih dari deretan buku, kaset video, disket, restoran, pakaian, dan komoditi lainnya yang membentuk aransemen gaya hidupnya sendiri secara eklektik maupun homolog. [210] Seseorang dapat menikmati McDonald's sambil menonton wayang golek di sebuah hotel, lalu pulang ke Rumah Sederhana menggunakan taksi President (h. 214).

Gambaran tentang heterogenitas kultural ini juga disoroti secara khusus oleh pemikir pascamodernisme Jean Francois Lyotard dalam *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge* (1979, dalam Ritzer, 2003: 372). Menurut Lyotard, munculnya fenomena

heterogenitas kultural merupakan indikasi dari kondisi pascamodernisme, yaitu suatu kondisi yang terbentuk oleh:

> eklektisisme [percampuran]...dari budaya umum kontemporer: seseorang mendengarkan musik reggae, menyaksikan dunia Barat, makan siang di McDonald's dan makan malam dengan menu istimewa, memakai parfum Paris di Tokyo dan "kembali" berpakaian di Hongkong ....[211]

Dalam bidang makanan, salah satu ilustrasi yang relevan untuk menunjukkan fenomena heterogenitas ini adalah tesis "McDonaldisasi" (*McDonaldization*)[212] dari George Ritzer.[213] Restoran cepat saji (*fast-food restaurant*)[214] McDonald's asal Amerika Serikat[215] yang disebarluaskan ke berbagai penjuru dunia itu melahirkan berbagai produk McDonald's yang bercita rasa lokal. Misalnya (Adams, 2007), di India tidak ada Big Macs karena mayoritas masyarakatnya beragama Hindu yang pantang makan daging sapi (karena sapi dianggap hewan suci). Sebagai gantinya, ada Maharaja Mac yang terbuat dari daging kambing atau daging ayam; dan McAloo Tikki, burger yang diperuntukkan khusus bagi kalangan vegetarian. Di negara yang masyarakatnya penyuka bir seperti Jerman, McDonald's menyediakan minuman bir sebagai teman makan *burger*. Sedangkan di Kanada, McDonald's menawarkan McLobster (atau "McHomard" dalam istilah Prancis) yang berisi lobster. Di negara yang masyarakatnya suka mengkonsumsi ikan seperti Norwegia, McDonald's menyediakan McLaks, *sandwich* yang terbuat dari *grilled salmon* dan saus *dill*. Di Cile pelanggan McDonald's bisa mengganti saos di *burger*-nya dengan pasta alpukat, sedangkan di Kosta Rika McDonald's menyediakan menu Gallo Pinto yang berarti nasi dan kacang. Adapun McDonald's di Yunani, Greek Mac, *burger*-nya dibentuk tipis-tipis menjadi sejenis roti pita (*pita bread*). McDonald's di Hong Kong—seperti halnya ada "paket nasi" di McDonald's Indonesia—menawarkan menu Rice Burger yang tidak menggunakan roti tetapi nasi.

Lebih jauh, sistem restoran cepat saji ala McDonald's ini juga diadopsi oleh restoran-restoran lokal sehingga memunculkan tiruan-tiruan McDonald's versi lokal (*indigenous clones*) di berbagai negara. Tiruan lokal lahir ketika proses McDonaldisasi diadopsi oleh para pesaing lokal McDonald's untuk menciptakan restoran cepat saji versi mereka sendiri (*local variety of fast food*). Tiruan lokal itu terdapat di berbagai negara, seperti Russkoye Bistro di Rusia, Juicy Burger di Lebanon, dan Nirula's di India—fenomena *indigenous clones* dari sistem McDonald's ini juga terjadi di China, Jepang, Korea.

Paragraf berikut, yang dikutip dari artikel Barbara Sullivan di *Chicago Tribune-Business* (1995, dalam Ritzer, 1998), "McDonald's Sees India as Golden Opportunity", memaparkan fenomena tersebut:

> *McDonald's routinely adapts itself to local markets and for their part the locals adapt these restaurant to their cultures. While McDonald's sell products like Big Macs and fries throughout the world, it also sells products adapted to needs and demands of local markets. Take the following, for example: in Norway, McDonald's sells McLaks, a grilled salmon sandwich with dill sauce on a whole-grain bread. In the Netherlands, a grotenburger (or vegetable burger) is on the menu. Uruguayan McDonald's sport McHuevo (hamburgers with poached egg) and McQuesos (toasted cheese sandwiches). Thai McDonald's offer Samurai pork burgers marinated in teriyaki sauce. In Japan, we find a Chicken Tatsuta sandwich, fried chicken spiced with soy sauce and ginger, with cabbage and mustard mayonnaise. Finally in the Philippines, McDonald's offer*

McSpaghetti, with tomato sauce and a meat sauce with frankfurter bits. […] Local cultures have [also] produced their own versions of fast-food restaurants such as Lebanon's Juicy Burger and India's Nirula's (as well as Russkoye Bistro [in Russia]) … (h. 85).

Tetapi, globalisasi makanan bukan monopoli negara-negara maju, seperti contoh tentang restoran cepat saji McDonald's asal Amerika Serikat. Globalisasi makanan (yang menghasilkan efek heterogenitas kuliner) ternyata juga bisa terjadi pada makanan yang berasal dari sebuah negara kecil yang relatif kurang dikenal secara global. "*Jamaican Patties*" (*patty* adalah semacam kue pastel) adalah salah satu contoh tentang hal ini. (Jamaika adalah negara kecil di kawasan Amerika Tengah dengan jumlah penduduk tidak lebih dari dua juta). Kue ini telah mengalami penyebarluasan secara internasional, setidaknya sudah dikenal oleh warga Kota New York dan Miami (Amerika Serikat), Toronto (Kanada), Panama, Manila (Filipina), dan tentu saja di Jamaika sendiri. Sebuah esai di laman situs *web* stakeventure.com (2007), bertajuk "Why Globalization Won't Make Everything the Same" mengisahkan bagaimana Pastel Jamaika ini secara berangsur-angsur mengadaptasikan diri menjadi bagian dari kultur makanan Filipina (dengan *brand* "De Original Jamaican Pattie"), sekaligus menjadikannya memiliki karakter heterogen karena mengadaptasikan diri dengan kultur makanan setempat.

De Original Jamaican Pattie Shop was started twelve years ago as a direct result of collaboration between members of the prominent Ablan family of the Philippines and the equally prominent Chang/Chin Yee family from Jamaica. At that time most Filipinos had no idea what a Jamaican Patty was but with determination and belief in the product De Original Jamaican Pattie Shop gradually popularized authentic and original Jamaican Patties, using recipes and techniques from the best Pattie makers in Jamaica. (stakeventure.com, 2007).

Cara pandang yang agak berbeda (namun dalam esensinya tidak bertentangan) mengenai heterogenitas ini dikemukakan oleh Goodman & Cohen (2003: 64) dalam *Consumer Culture: A Reference Handbook*. Mereka menganalisis lebih jauh tesis Ritzer tersebut dan menyimpulkan bahwa proses McDonaldisasi menghasilkan efek heterogenitas secara simultan dengan efek homogenitas. Persisnya, mereka mengatakan bahwa meningkatnya heterogenitas dalam objek-objek artefaktual atau produk (*heterogeneity of product*) terjadi bersamaan dengan meningkatnya homogenitas dalam proses-proses teknologis (*homogeneity of process*).

We see…that, on the one hand, McDonald's itself becomes more heterogeneous by adapting to local, and, on the other hand, McDonaldization promotes heterogeneity in the locality by creating…a hybrid local, and by promoting McDonaldized local competitors. Nevertheless, as glocalization would predict, along with this increased heterogeneity of product and locality comes increased homogeneity of process—of calculability, efficiency, predictability, and control (Goodman & Cohen, 2003: 64).

Kutipan dari Goodman & Cohen tersebut bukan saja menunjukkan bahwa McDonald's menganekaragamkan produknya dengan mengadaptasi (ke dalam menu mereka) bahan-bahan masakan lokal atau selera kuliner masyarakat setempat di mana jaringan restoran ini beroperasi (ini berarti proses heterogenisasi); tetapi, pada saat yang sama, mereka juga

menyeragamkan proses dengan menjual beragam produk dengan cara yang serupa yang pada prinsipnya dibuat dengan metode yang sama (ini berarti proses homogenisasi).

Di Indonesia McDonald’s menyediakan nasi dan ayam goreng dalam menunya untuk memberi alternatif terhadap menu dasar McDonald’s (hamburger beserta kentang goreng dan minuman ringan).[216] Contoh ini menunjukkan munculnya fenomena heterogenitas yang dibentuk oleh produk-produk McDonald’s yang mengadaptasi bahan masakan/selera kuliner lokal dalam menu mereka. Tetapi, contoh ini sekaligus juga menunjukkan adanya proses homogenisasi karena sistem restoran cepat saji ala McDonald’s merupakan fenomena global. (Artinya, kehadiran restoran itu di Indonesia telah menempatkan masyarakat negeri ini sebagai bagian yang tak terkecualikan dari terpaan arus globalisasi yang berdaya menyeragamkan itu, setidaknya dalam kultur makanan [*food culture*][217]). (Contoh ini juga menunjukkan bahwa entitas kultur mempengaruhi teknologi, sebagaimana yang didiskusikan pada Modus Ketiga di bawah).

Dalam bahan-bahan masakan atau selera kuliner lokal yang diadaptasi oleh McDonald’s ke dalam menu mereka, sesuai negara yang menjadi tempat jaringan restoran itu beroperasi (dalam rangka mengadaptasikan diri terhadap pasar lokal), berarti termuat juga di dalamnya kultur setempat; demikian pula dalam penggunaan teknologi yang seragam, termuat juga kultur global di dalamnya. Dengan demikian, versi lokal McDonald’s seperti McLaks dari Norwegia, McHuevo dan McQuesos dari Uruguay, Chicken Tatsuta dari Jepang, atau McSpaghetti dari Filipina, juga terbentuk melalui proses berganda itu: sebagai produk ia menunjukkan fenomena heterogenitas, tetapi bagaimana ia dibuat adalah fenomena homogenitas.

Dilihat dari pespektif kultural, dengan mengasumsikan kebenaran tesis Goodman & Cohen tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan dalam heterogenitas produk berarti juga peningkatan dalam heterogenitas kultur (yang termuat di dalam produk itu). Begitu pula, peningkatan dalam homogenitas proses-proses teknologis berarti juga peningkatan dalam homogenitas kultur (yang menyertai atau terkait dengan proses-proses teknologis itu). Uraian selanjutnya adalah perihal homogenitas itu.

Homogenitas

Dalam analisisnya mengenai kondisi global mutakhir, Ritzer & Malone menegaskan kembali apa yang telah disinyalir oleh Goodman & Cohen serta diperkuat oleh contoh dari Sullivan di atas, bahwa proses heterogenisasi berlangsung secara simultan dengan proses homogenisasi. Dengan menganalisis contoh yang sama, restoran cepat saji (khususnya McDonald’s), Ritzer & Malone, sebagaimana Goodman & Cohen, sampai pada kesimpulan umum bahwa pada satu sisi, dunia tampak makin beragam oleh banyaknya variasi dalam produk-produk komoditas (karena komoditas global mengadaptasi selera-selera lokal); tetapi, pada saat yang sama, juga terasa betapa dunia makin seragam dalam hal sistem, teknologi, dan sarana-sarana produksi dan konsumsi komoditas.

> *Fast food restaurants do adapt to local markets, but the basic procedures of operation and marketing remain the same across a wide range of international settings. This is true even of indigenous versions. The uniformity is exported by transnational corporations, with nation-states less and less able to control or restrict such exports* (Ritzer & Malone, 2000: abstrak)

... while McDonald's may adapt to local realities in terms of the food and the way it runs its operations, the fact remains that not only the basic menu, but also—and more important—the fundamental operating procedures remain essentially the same everywhere in the world (*ibid*: 106).

It is not simply the spread of a particular restaurant chains. Instead, it is the spread of the process of efficiency, calculability, predictability, and control, which McDonald's successfully introduced into consumption…In order to achieve this efficiency, calculability, and predictability, people must be controlled…. Fast food restaurant provide food efficiently rather than providing good food… (Goodman & Cohen, 2003: 62).

Apa yang ditegaskan oleh Ritzer & Malone maupun Goodman & Cohen tersebut menunjukkan bahwa dunia sedang tumbuh menjadi semakin serupa atau homogen, terutama dalam berbagai sistem dan sarana (teknologis) yang terkait dengan aktivitas konsumsi. Kecenderungan inilah yang oleh Ritzer—dalam *The McDonaldization of Society* [1993] dan *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption* [1999]—disebut sebagai proses McDonaldisasi dan penciptaan "sarana-sarana baru konsumsi" (*new means of consumption*) yang diekspor dari negara-negara kapitalis maju (khususnya Amerika Serikat) ke seluruh penjuru dunia.[218] Dua alat konsumsi baru yang paling menonjol, menurut Ritzer (2001), adalah restoran cepat saji (*fast-food restaurant*) dan kartu kredit (*credit card*). Sarana konsumsi baru lainnya termasuk waralaba (*franchises*) seperti McDonald's dan KFC, *shopping malls* dan yang agak lebih tua *supermarket*, taman-taman hiburan (misalnya Disneyland, di Indonesia ada Dufan), *home shopping* lewat televisi maupun telepon, dan katalog-katalog belanja (Ritzer, 2006: 116).

Alat-alat konsumsi baru itu memungkinkan masyarakat untuk mengkonsumsi komoditas-komoditas dengan cara yang kurang lebih serupa, homogen, di belahan dunia mana pun mereka berada. Jadi, meskipun terjadi proses penganekaragaman produk-produk konsumsi (komoditas), tetapi sistem dan sarananya justru semakin seragam. Aspek terakhir inilah—homogenitas—yang ditekankan oleh Ritzer & Malone (2000: abstrak).

McDonaldization and the exportation of the new means of consumption tend to support the view that in at least some sectors the world is growing more homogeneous than heterogeneous. Against those globalization theorists who tend to focus on the importance of the local and therefore on heterogeneity, the study of McDonaldization and the new means of consumption emphasizes transnational issues and uniformity throughout the world

Dalam hal McDonaldisasi, proses ini jelas membawa kepada homogenisasi dalam prinsip-prinsip kerja. McDonaldisasi merupakan proses penyebaran prinsip-prinsip kerja restoran cepat saji ala McDonald's yang semakin lama semakin mendominasi banyak sektor dari masyarakat Amerika Serikat dan sejumlah besar masyarakat lainnya di seluruh dunia. Goodman & Cohen (2003: 62) mengemukakan prinsip-prinsip kerja McDonald's ini:

It is not simply the spread of a particular restaurant chains. Instead, it is the spread of the process of efficiency, calculability, predictability, and control, which McDonald's successfully introduced into consumption ... In order to achieve this efficiency,

calculability, and predictability, people must be controlled…. Fast food restaurant provide food efficiently rather than providing good food….

Dalam *The McDonaldization of Society* (1993, dalam Bennett, 2005: 65), Ritzer berargumen bahwa McDonaldisasi bukanlah prinsip-prinsip yang hanya berlaku dalam bisnis restoran, tapi juga pada banyak sektor lainnya—yang akhirnya dapat mendorong pada homogenisasi prinsip-prinsip kerja berbagai kelompok masyarakat dalam skala global.

... McDonaldization not only affects the restaurant business, but also education, work, travel, leisure-time activities, dieting, politics, the family, and virtually every other sector of society. McDonaldization has shown every sign of being an inexorable process as it sweeps through seemingly impervious institutions and parts of the world.

Fuselier dan Moruzzi (2006), dalam studinya tentang dampak globalisasi terhadap kultur makanan di Jepang, telah menunjukkan bagaimana makanan-makanan lokal secara perlahan tergusur oleh kehadiran produk-produk makanan global yang dibawa oleh perusahaan-perusahaan transnasional—yang sebagian besarnya masuk melalui sistem waralaba (*franchise*).

During the last few centuries, the number of people relying entirely on local products in their diet has gradually been diminishing. This reflects the effects of globalization on diet, with food itself is becoming an increasing product of globalization. Transnational corporations market global homogeneity in the diet by exporting the same food products all around the world, so that it's nearly possible to eat the same thing in any industrialized country regardless of any unique national food culture

John Tomlinson, dalam *Cultural Imperialism: A Critical Introduction* (1991, dalam Bennett, 2005: 66), menunjukkan bahwa fenomena tergerusnya berbagai kekhasan lokal oleh kekuatan-kekuatan global yang mengarahkan kepada penyeragaman bukan saja muncul dalam studi-studi akademis, tetapi juga dalam dokumen laporan lembaga-lembaga internasional semacam UNESCO. Dalam pandangan Tomlinson, globalisasi adalah bentuk halus dan terselubung dari imperialisme budaya yang berdaya menyeragamkan. Tomlinson telah mengamati banyak contoh tentang "keseragaman" ini:

The perception here is that everywhere in the world is beginning to look and feel the same. Cities in any part of the world display uniform features determined, for example, by the demands of automobiles; architectural styles become similar; shops display a uniform range of goods; airports, the potential gateway to cultural diversity—have an almost identical 'international' style. Western popular music issues from radios and cassette players from New York to Delhi.

Konsep eksistensi bersama (*coexistence*) antara heterogenitas dan homogenitas dalam fenomena McDonaldisasi yang digagas Ritzer & Malone (2000) maupun Goodman & Cohen (2003) tersebut, ataupun konsep plurikulturalitas dari Ihde dan konsep glokalisasi dari Robertson yang telah dikemukakan lebih dulu, memiliki kemiripan dengan tesis rasionalisasi (*rationalization*) dan kulturalisasi (*culturalization*) dari Ingo Braun. Dalam makalahnya mengenai peran teknologi dalam kehidupan sehari-hari, "The Technology-Culture Spiral: Three Examples of Technological Developments in

Everyday Life" (1994, dalam Schroeder, 2007: 116), Braun membuat distingsi antara tesis rasionalisasi (*rationalization*) dan kulturalisasi (*culturalization*).

> *Whereas rationalization theses emphasize the tendency to standardize everyday life behavior, and convergence of the everyday world and the working world resulting from this standardization, culturalization theses stress the diversification in behaviour and the resulting the dissociation from working world.*

Hibriditas

Lebih dari sekedar memunculkan efek homogenitas dan heterogenitas, modus pertama dalam teknokultur ini juga memunculkan efek lain, pada tataran perubahan yang lebih lanjut, berupa terbentuknya entitas hibrida (*hybrid entity*). Hibriditas ini sangat terkait dengan fenomena globalisasi yang semakin menguat dewasa ini, seiring perkembangan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi. Dalam proses globalisasi itulah, sebagaimana yang diteorikan oleh pemikir globalisasi Roland Robertson dan Ajun Appadurai, muncul kecenderungan global ke arah pembentukan identitas lokal dan pluralisme kebudayaan (Ritzer, 2006, khususnya bab tentang globalisasi). Pluralisme budaya dalam globalisasi tersebut, menurut Piliang (1998: 213), menciptakan mosaik pilihan gaya dan gaya hidup yang heterogen, beragam dan plural. Lebih lanjut, Piliang (h:167) mengatakan bahwa dalam wacana pluralisme, setiap bentuk kebudayaan berada dalam proses hibriditas yang terus-menerus—suatu proses pembentukan secara kreatif kategori-kategori kebudayaan atau *identitas baru* dari hasil perkawinan silang kategori-kategori kebudayaan yang berbeda. Jadi, secara singkat dapat dikatakan bahwa salah satu konsekuensi dari proses globalisasi adalah justru hibridisasi.

Hibriditas dapat didefinisikan sebagai percampuran elemen-elemen budaya yang berbeda untuk menciptakan *makna dan identitas baru*. Hibriditas menggoyahkan dan mengaburkan batas-batas budaya yang telah mapan dalam suatu proses fusi atau kreolisasi (Barker, 2004: 405). Hibriditas membawa identitas asal yang orisinal, namun membawanya dalam bentuk yang tidak orisinal lagi tatkala ia dikawinkan dengan identitas lain. Pembentukan kebudayaan hibrid ini, sebagaimana yang dikemukakan oleh Homi Bhabha dalam *The Location of Culture* [1994], dapat dilihat pada kebudayaan yang dibawa oleh para imigran ke sebuah masyarakat multikultural, seperti Amerika Serikat (AS). Di AS, misalnya, tidak terdapat lagi kebudayaan Cina atau Afrika yang orisinal; yang ada hanya hibrid-Cina dan hibrid-Afrika (Piliang, 1998: 172).[219]

Dalam perspektif teoretik kajian budaya, seperti dinyatakan oleh Sardar & Loon (2001: 120), proses hibriditas budaya memunculkan sesuatu yang berbeda, sesuatu yang baru dan tak dapat dikenali, suatu wilayah baru negosiasi makna dan representasi. Hibriditas, karena itu, merupakan satu situs perlawanan, suatu "pembalikan strategis dari proses dominasi" yang mengembalikan yang terdiskriminasi menjadi "mata kekuasaan". Jadi, dengan kata lain, hibriditas adalah sejenis perlawanan balik terhadap arus globalisasi, yakni terhadap kekuasaan global yang hegemonik. Pieterse, dalam "Globalization as Hybridization" (*Global Modernities*, 1995, dalam Barker, 2004: 122), menyatakan:

> Relasi kekuasaan dan hegemoni dijalin dan direproduksi *di dalam* hibriditas karena ke mana pun kita melihat dengan seksama kita menemukan jejal asimetri dalam kebudayaan, tempat, keturunan. Dengan demikian, hibriditas menimbulkan pertanyaan soal istilah

campuran, syarat percampuran, dan *mélange*. Pada saat yang sama, penting untuk mencatat cara di mana hegemoni tidak hanya sekedar direproduksi melainkan *dibentuk ulang* dalam proses hibridisasi.

Sedangkan dalam perspektif semiotika, hibriditas:

... means that signs are generated from varying regional sources, codes, or times. […] In the process of hybridization, the various codes available from different resources are picked up, recombined and processed. The result is a cultural continuum where heterogeneity is only the precursor of hybridity. […] Integration, the diffusion of codes in favor of the new whole, is what is at the core of cultural hybridity. […] Elements of various, originally different, separated sign systems may appear together and hence form new concepts of mediality, or cultural customs (Ipsen, 2004).

Contoh tentang hibriditas ini dapat dikutip dari sejarah kuliner Jepang. Fuselier dan Moruzzi (2006) mengisahkan bagaimana berbagai makanan mancanegara yang masuk Jepang dan kemudian diadaptasi menjadi bagian dari makanan lokal telah mengalami modifikasi untuk membentuk entitas kuliner yang baru. Modifikasi itu bukan saja dalam kombinasinya dengan makanan setempat, tetapi juga dalam cara menyantapnya yang menggunakan sumpit (*chopsticks*) sebagai alat makan tradisional Jepang. Dalam proses adaptasi ini, diam-diam sumpit telah berperan menentukan dalam menyeleksi makanan mancanegara apa saja yang "layak" diadopsi oleh masyarakat Jepang.

Globalization has provided more of a variety of foreign foods to the Japanese table. In 1995, Japan bought eleven billion dollars worth of American foods, more than any other country. These foreign foods are adapted into the Japanese diet depending on circumstances. The flavors of the foreign foods must complement staple flavors such as rice and must be able to be consumed with chopsticks (Fuselier dan Moruzzi, 2006).

Modifikasi yang menghasilkan karakter hibrid dalam kuliner Jepang itu, menurut Fuselier dan Moruzzi (2006) yang mengutip argumen dari *Cambridge World History of Food*, "*…should be viewed as part of an expansion of Japanese eating habits and cuisine, rather than a headlong adoption of foreign dietary patterns*".

Contoh lain tentang hibriditas dalam kuliner adalah apa yang di Inggris populer disebut kari (*curry*). Inglis (2005) menyatakan bahwa kari, yang dianggap masyarakat Inggris sebagai kuliner yang berasal dari anak benua India, sebenarnya adalah jenis masakan yang di India sendiri tidak ada. Jadi, kari adalah entitas kuliner hibrida yang terbentuk dari percampuran antara identitas India dan identitas Inggris.

What has happened over the last thirty years or so is an acceleration an a deepening of processes towards different culinary 'traditions' (most of which were always 'hybrid' in one or another anyway) meeting and mixing with each other, sometimes at the express intention of chefs and others involved in culinary affairs, sometimes less so. One might expect that when a particular dish is made in a country in which it did not originate, it would undergo certain tranformations—not only might the ingredients be slightly different in its new context, but also preparation techniques and culinary expectations might be divergent too. One would be hard pressed to find in the Indian subcontinent a dish corresponding very closely to what is sold in Britain as 'curry'. The latter is a 'creole' dish in that it has melded certain subcontinental spices and preparation techniques with the British taste for substanstial amounts of meat in a rich gravy. It is not too much of an exaggeration to regard the curry as a sort of 'traditional' British beef (or chicken, or lamb, or whatever) stew with an 'Indian' accent (h. 132).

Kisah kari sebagai kuliner hibrida itu telah dipaparkan oleh Sardar dan Loon (2001: 15-20) seperti berikut ini. Kari mulai dikenal di Inggris seiring kehadiran restoran India di Inggris yang mulai terasa pada 1950-an setelah kedatangan para imigran dari anak benua India. Makanan India kemudian dikaitkan dengan kari dan restoran India diidentikkan dengan makanan bagi kalangan kelas pekerja. Kata "kari" itu sendiri punya sejarahnya. Ia merupakan komoditas yang banyak diburu pada Abad Pertengahan. Ketika Kaisar Mughal, Jahangir, memberi izin bagi Sir Thomas Roe pada 1605 untuk mendirikan perusahaan di India, izin tersebut secara spesifik adalah untuk mengekspor kari dan rempah-rempah India. Empat ratus tahun kemudian, setelah kolonialisasi Inggris atas India selesai, kari merepresentasikan makna lain yang merujuk pada makanan murah yang berasal dari anak benua India.

Sebenarnya, "menyantap makanan India" mencakup menyantap beragam makanan dari India, Pakistan, Bangladesh, dan Sri Lanka; hidangan Punjabi, Mughal, dan India Selatan; "sayuran atau nonsayuran". Tetapi, bagi orang Inggris, semuanya adalah "kari". Ketika pelanggan kulit putih menjadi lebih tahu dan menyadari bahwa "kari" adalah istilah umum untuk menggambarkan berbagai makanan, makanan India-asli, yang otentik dan tradisional, kemudian diasosiasikan dengan "balti". Tetapi, melalui kari itu (yang kini memiliki sebutan spesifik "balti"), diam-diam restoran India melakukan perlawanan (simbolik) terhadap para pelanggan kulit putihnya. Perlawanan terhadap citra bahwa status restoran India hanya layak untuk kalangan kelas pekerja dilakukan dengan cara mengeksploitasi kedunguan para pelanggan kulit putih: kari/balti yang sama dihidangkan dengan label-label yang berbeda. Maka, seseorang yang menyantap *rogan ghost*, *masala* ayam, atau udang kari, pada dasarnya menyantap benda yang sama dengan potongan-potongan daging yang berbeda. Di sini, balti yang semula beridentitas tradisional (India) bercampur dengan identitas Barat (dalam hal teknik memasak dan menyajikan santapan).

Penjualan balti, sebagai "makanan India" yang otentik dan tradisional yang diperbaharui, adalah suatu cara bagi restoran India untuk memposisikan kembali dirinya dalam relasinya dengan masyarakat Inggris yang secara historis adalah bekas penjajahnya. Dengan melekatkan label berbeda-beda pada makanan yang pada hakikatnya sama, restoran India keluar dari citra kelas pekerjanya, memperoleh label yang trendi, dan mengosmopolitankan diri. Melalui balti, restoran India telah mengelitekan santapan India sehingga mereka dapat duduk sejajar di tengah-tengah lingkaran kuliner dari peradaban Barat. Jadi, dalam hal kari/balti, status hibrida kuliner ini tidak saja mengekspresikan perlawanan terhadap hegemoni masakan modern ala Barat yang kian mengglobal, tetapi dalam konteks historis (kolonialisme Inggris atas India) juga mengekspresikan perlawanan terhadap hegemoni masyarakat Inggris atas masyarakat dan budaya India.

Di Indonesia, entitas kuliner yang berkarakter hibrida dapat ditemui lebih banyak lagi mengingat multikulturalitas bangsa ini, baik yang disebabkan oleh faktor historis (penyebaran agama, perdagangan antarnegara, kolonialisme) maupun faktor sosiologis (migrasi, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi). Sentuhan Tionghoa pada kuliner lokal, misalnya, adalah contoh yang sering dapat ditemui. "Petualang kuliner" Bondan Winarno (2008) mengatakan bahwa orang-orang keturunan Tionghoa selalu mampu memberikan sentuhan khusus untuk melakukan semacam *fusion* yang menghasilkan kuliner tersendiri. Kemampuan kuliner orang Tionghoa dan keturunan mereka memang tidak perlu diperdebatkan lagi. Dalam kasus Indonesia, sudah banyak

rumah makan masakan Padang (Melayu-Minang), Jawa, dan Sunda yang dimiliki kaum keturunan Tionghoa. Rumah-rumah makan seperti ini menghasilkan cita rasa masakan lokal yang sudah diadaptasikan dan diperkaya dengan sentuhan Tionghoa sehingga menciptakan nuansa yang khas pula. Penggabungan kekayaan kuliner Tionghoa dan kuliner lokal di Indonesia bukan hanya menegaskan karakter heterogen pada khazanah kuliner negeri ini, tetapi juga sering menghasilkan bentuk-bentuk kuliner hibrida.

Ihwal hibriditas kuliner lokal dan Tionghoa tersebut, Bondan punya cerita menarik ketika mengunjungi sebuah rumah makan masakan Tapanuli yang dimiliki orang keturunan Tionghoa:

> Di Medan, belum lama ini saya mendapat kejutan menyenangkan dengan kehadiran sebuah rumah makan baru. Namanya dalam bahasa Tapanuli: "Onma Tabo". Kurang lebih artinya: ini lezat! Sudah dapat diduga, rumah makan ini menyajikan masakan khas Tapanuli. Tetapi, ketika tiba di sana, saya dapati di langit-langit rumah makan yang cukup luas ini bergantungan banyak lampion merah seperti layaknya yang kita temukan di restoran-restoran Tionghoa. Ternyata, rumah makan ini memang dicerminkan oleh nama dan lampion itu. Masakannya khas Tapanuli, pemilik dan jurumasaknya adalah orang keturunan Tionghoa. [...].
>
> Pesanan saya adalah saksang ayam dan beberapa jenis masakan lain. Saksang biasanya dibuat dari daging babi atau *lomok-lomok* (babi kecil, *suckling pig*). Saya tidak pernah mendengar sebelumnya bahwa ternyata ada saksang yang terbuat dari ayam. Jangan salah sangka, saksang tidak selalu harus dimasak dengan darah yang dalam bahasa Batak disebut *gota* (getah).
>
> Wuih, rasa saksang ayamnya luar biasa. Terasa sangat berempah, namun seimbang. Di "Onma Tabo", saksang ayamnya dapat dipesan dengan *gota* atau tanpa *gota*, karena semua masakan di rumah makan ini dimasak secara individual dan *fresh* setiap kali ada yang memesan. Cita rasa *andaliman*-nya (bumbu khas Batak yang mirip merica, dalam bahasa Inggris sering disebut sebagai *Chinese pepper*) muncul dengan indahnya dalam keseimbangan bersama bumbu-bumbu lainnya. Yang terpekik dari mulut saya ketika mencicipinya adalah: *mak nyuss*! Tak perlu diperdebatkan lagi!

Serangkaian contoh lain tentang kuliner hibrida Tionghoa-Nusantara semacam itu dengan mudah bisa dibuat daftarnya: siomay, cakwe, bacang, lumpia (lihat *Republika*. 2009). Penganan tersebut baru sebagian dari kuliner peranakan di Indonesia. Budaya makan makanan tersebut sebenarnya berasal dari daratan Cina. Pertemuan pemilik rasa itu dengan rempah asli Indonesia menghadirkan makanan yang dikenal sebagai makanan peranakan. Tengok saja menu lumpia. Di Cina sana, makanan menyerupai lumpia bernama popiah. Kehadiran imigran Cina ke Semarang dan Bogor lalu menghadirkan lumpia dengan cita rasa lokal: berisi rebung dalam lumpia Semarang dan berisi bengkuang dan toge dalam lumpia Bogor.

Dalam sejarah kuliner Indonesia pun, hibriditas memang bukan sesuatu yang asing. Sebagai contoh, antara Indonesia dan Belanda terdapat *shared culinary heritage* yang cukup signifikan yang menunjukkan terjadinya *fusion* atau hibriditas dalam dunia kuliner (Winarno, 2009). *Rijsttafel*, [220] misalnya, adalah tradisi Belanda dalam menyajikan masakan khas Indonesia. Dalam tinjauan kultural, *rijsttafel* adalah cara Belanda untuk mengagungkan kuliner Nusantara mengingat istilah *rijsttafel* ini bukanlah terjemahan dari sebuah istilah Jawa karena di Jawa sendiri cara menyajikan seperti *rijsttafel* ini dulunya tidak ada. Demikianlah, *rijsttafel* adalah *shared culinary heritage* Indonesia-Belanda.

Contoh yang juga menunjukkan hibriditas antara kuliner Indonesia-Belanda adalah kuliner yang disebut “selat solo”. Selat solo terbuat dari wortel dan buncis rebus, kentang goreng, irisan ketimun, dan irisan tebal daging has sapi yang direbus dalam kuah semur yang diguyur kuah semur dan sedikit *mustard* sebagai kondimen. Dalam sajian yang berpenampilan seperti ini, pasti ada elemen dari tradisi kuliner Belanda yang diimbuhkan didalamnya. Contoh lain adalah sajian bernama sambel goreng srinthil yang merupakan kuliner khas Pura Mangkunegaran, Solo. Sambal goreng ini berbagahn dasar daging sapi cincang yang kemudian dibentuk menjadi bola-bola. Masakan Belanda *vleesbal* tentulah menjadi inspirasi bagi sajian khas ini. Masih banyak lagi sajian Solo yang menampilkan sisi pemengaruhan kental dari tradisi kuliner Belanda.[]

10

Modus 2: Saling Pengaruh antara Teknologi dan Kultur

Pokok soal kedua dalam diskusi mengenai efek-efek dari relasi saling memengaruhi dan mengubah antara teknologi dan budaya adalah bahwa entitas kultural dapat memengaruhi desain suatu objek teknologis atau perkembangan teknologi itu sendiri sebagai keseluruhan.[221] Pada sisi kebalikannya, dikemukakan juga konsepsi dan contoh-contoh yang menunjukkan terjadinya pengaruh teknologi terhadap tatanan sosiokultural. Diskusi mengenai modus kedua dalam tranformasi teknokultur ini diakhiri dengan pembahasan mengenai terjadinya proses inter-relasi yang saling memengaruhi antara entitas teknologis dan entitas kultural.

Pengaruh Kultur terhadap Teknologi

Diskusi mengenai pengaruh entitas kultural terhadap teknologi dapat dimulai dari pemikiran filsuf teknologi Andrew Feenberg. Dalam *Technology and the Politics of Knowledge* dan *Questioning Technology* (1995 dan 1999, dalam Lim, 2008: 175-176), Feenberg membahas mengenai dua aspek teknologi, yaitu fungsi (yang berkaitan dengan hal teknis) dan makna (yang berkaitan dengan dunia sosial manusia), sangat relevan untuk diketengahkan. Dalam aspek fungsi, alat dipandang dari kacamata rasionalitas fungsional dan diarahkan pada efisiensi. Aspek fungsi menolak dan mengurangi makna dan nilai dalam dunia kehidupan. Sebaliknya, dalam aspek makna, orang diajak untuk memaknai penggunaan alat teknologi sebagai suatu dimensi dari dunia kehidupan, tempat individu dan masyarakat mempertahankan integritas dunia yang bermakna. Lebih dari itu, pengaruh makna penggunaan alat atas fungsi alat juga dapat hadir, yakni bahwa dimensi makna dalam pengalaman manusia dapat memengaruhi desain fungsional alat. Pengguna dapat memberi makna lain kepada alat dan dengan demikian memodifikasi desain alat sesuai dengan nilai dan kebutuhan mereka. Dengan kata lain, perbedaan pengalaman manusia dalam menggunakan alat tertentu dapat memengaruhi desain, pola, dan bentuk alat.

Pemikiran Feenberg tersebut menunjukkan bahwa entitas kultural dapat memengaruhi desain suatu objek teknologis, terutama melalui proses penggunaannya oleh konsumer. Feenberg menamai pengaruh sosiokultural atas desain alat tersebut sebagai "konstruktivisme" (bandingkan dengan "konstruktivisme sosial" yang dikritik buku ini pada Bab 1). Dalam nalar konstruktivisme, desain alat teknologi tidak ditentukan oleh kriteria umum seperti efisiensi, tetapi oleh suatu proses sosiokultural yang memilih-milih alternatif teknis yang mungkin menurut kriteria kasus yang spesifik berdasarkan kebutuhan real dalam masyarakat. Oleh karena itu, perkembangan alat dipengaruhi juga oleh dinamika sosial.

Pandangan tersebut berakar pada premis filsafat bahwa teknologi merupakan bagian dari masyarakat—alih-alih suatu kekuatan epistemologis atau metafisis yang bertindak terhadap masyarakat dari luar. Dari pandangan ini dapat dikatakan bahwa teknologi tidak berwatak deterministik karena masyarakat pengguna teknologi menafsirkan dan memakai teknologi secara berbeda-beda. Inilah yang memengaruhi perkembangan teknologi, yakni perbedaan pengalaman sosial manusia yang menggunakannya (*ibid*: 177). Konsep konstruktivisme dari Feenberg ini menjadi pijakan filosofis modus kedua dalam teknokultur, yakni bahwa pengguna (sebagai konsumer yang memproduksi makna atas komoditas/objek teknologis yang digunakannya) dapat memengaruhi desain suatu objek teknologis.

Beberapa contoh ringkas berikut ini, yang dikutip dari Lim (2008: 177), menunjukkan bekerjanya konsep konstruktivisme dari Feenberg tersebut. Telepon seluler (*handphone*), misalnya, adalah teknologi yang mengalami banyak sekali perubahan desain fisik, fitur, maupun *content* untuk merespons kebutuhan dan keinginan (nilai-nilai yang dibentuk oleh) konsumer. Contoh sejenis adalah layar komputer yang semula hanya memiliki satu warna saja, yaitu hijau. Dalam perkembangannya kemudian, layar komputer menjadi berbagai warna karena kebutuhan pengguna yang menginginkan layar komputer lebih ramah pengguna (*user friendly*). Komputer pun lalu menampilkan banyak ikon yang lebih ramah pengguna (seperti yang ada pada *Microsoft Windows*) daripada sekedar kata-kata petunjuk (seperti dalam MS DOS).

Contoh lain adalah rumah. Rumah merupakan teknologi yang diberi makna "hangat" oleh penghuninya sehingga tidak hanya mengikuti fungsi rasional yang "dingin" saja. Feenberg menamai proses ini "domestifikasi" di mana rumah yang teknologis diadaptasi manusia menjadi sebuah hunian yang penuh makna. Rumah tidak hanya dilihat sebagai tempat berlindung dari kekuatan-kekuatan alam semata, melainkan juga tempat tinggal yang akrab dan nyaman. Pengalaman sosial manusia dalam masyarakat mentransformasikan rumah teknologis menjadi rumah hunian yang bermakna (*ibid*). Pandangan ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi juga merupakan suatu proses sosiokultural.

Konsep konstruktivisme dari Feenberg tersebut lebih kurang sejajar dengan konsep "*co-construction*" dari sosiolog teknologi Nelly Oudshoorn dan Trevor Pinch (2003, dalam Krige, 2006: 31-32). Dalam buku yang mereka sunting, *How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technologies*, mereka menggarisbawahi daya atau kapasitas kreatif pengguna (*user*)—termasuk aktor-aktor sosial lainnya yang terlibat dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi—suatu teknologi untuk menciptakan, menegosiasikan, dan memberikan makna dan kegunaan yang berbeda-beda pada teknologi itu sesuai dengan konsepsi dan praktik kultural mereka. Dalam konteks ini, sebagaimana pandangan para pemikir kajian budaya, konsumer (teknologi) adalah sekaligus juga produser (makna dan guna teknologi). Makna dan kegunaan apa yang berlaku bersifat dinamis karena dihasilkan dari suatu proses kontestasi secara kultural yang berlangsung terus-menerus di antara para aktor sosial dan teknologi itu—dan karena itulah proses itu disebut "*co-construction*". Jadi, proses perkembangan teknologi, demikian Oudshoorn dan Pinch menyimpulkan, adalah zona dari kontestasi itu.

> *technological development [is] a culturally contested zone where users, patient advocacy groups, consumer organizations, designers, producers, salespeople, policy makers, and*

intermediary groups create, negotiate, and give different and sometimes conflicting forms, meanings and uses to technologies.

Lebih lanjut, Oudshoorn dan Pinch menteorikan bahwa proses kontestasi kultural atas makna dan guna teknologi itulah yang pada akhirnya membentuk lintasan perkembangan teknologi tersebut. "*The creative capacity of users…shape technological development in all phases of technological innovation*".

Dalam resensinya terhadap buku *How Users Matter* tersebut, sejarawan sains dan teknologi John Krige (2006: 31) mengatakan bahwa pengguna teknologi dapat berperan besar dalam menentukan apakah suatu teknologi baru yang diperkenalkan kepada publik (misalnya komputer) kemudian digunakan dalam kehidupan sehari-hari (*domestication of technology*) atau tidak. Sebagai pengguna, publik dapat saja menolak kehadiran teknologi tersebut dengan berbagai alasan. Sebaliknya, suatu teknologi lama yang oleh produsernya sudah hendak disingkirkan, bisa saja akhirnya tetap dipertahankan karena publik pengguna masih menghendakinya. Pada kedua situasi tersebut, penjelasannya adalah pada proses pemaknaan (*interpretation*) oleh publik pengguna terhadap teknologi tersebut. Oleh sebab itu, dalam spektrum yang lebih luas, dapat dikatakan bahwa publik sebagai pengguna suatu teknologi pada dasarnya adalah bagian integral dari perkembangan teknologi itu sendiri. Seperti yang dikatakan Kriege dalam komentarnya terhadap buku tersebut:

The…attention [not only] to how supposedly obsolete technologies (the TRS-80 personal computer, [for example]) are kept alive and enhanced by enthusiast who refuse to abandon it. [But]…also…how resisting the advent of a new technology (the internet, the implantation of telephones and electrification in rural America) is an integral component of technological change, and can contribute to reshaping its trajectory. No Luddites[222] these, but agents who actively reconfigure the social embedding of a technology and the social relationships that it bears with it.

Argumentasi sosiologis lainnya dikemukakan oleh Seth Giddings (2005) untuk menjelaskan "mekanisme" pengkonstruksian makna dan guna teknologi oleh konsumer/pengguna. Giddings, yang menyitir gagasan dan contoh yang dikemukakan oleh Hugh Mackay dalam *Consumption and Everyday Life* [1997],[223] memaparkan argumentasi sosiologis berikut:

…the forms and practices of…consumption (and hence the uses to which…technologies are put)…shaped by social agency. At the point of manufacture this agency is primarily economic, at the point of consumption it is the users or consumers that negotiate the meanings and uses of these devices. Consumers—it is asserted—negotiate their desires and hopes for new devices with the preferred uses anticipated by manufacturers and advertisers in the context of the contingencies of their everyday life (can they afford the device? Can they use it? Do they have to share it with other members of the household? How do issues of gender and generation affect access to such devices?). This focus on the social shaping of…technology through consumption tends to militate against conceptions of technological determinism, it foregrounds the conflictual, social nature of meaning generation. Producers' attempts to build in meanings, and then articulate them through promotion and advertising, can never result in anything more than "preferred readings" of their products. They may wish us to see the Betamax video format or laser discs as the future of home entertainment, but they cannot make them mean that. Early home computers in the 1980s were often sold as information technologies, but were widely consumed as games machines. All commodities…then, are

> *"texts", "encoded" products which may be "decoded" in their consumption to reveal a quite different message* (h. 2).

Meskipun penjelasan Giddings tersebut tampak dipengaruhi secara kuat oleh pandangan konstruktivisme sosial (lihat Bab 1), tetapi argumennya bahwa entitas kultural (makna yang dikonstruksi oleh konsumer) memengaruhi rancangan objek teknologis (komoditas) memiliki dasar-dasar logis dan empiris yang dapat dipertanggungjawabkan. Argumen Mackay dan Giddings ini dikonfirmasi kembali oleh Ralph Schroeder (2007: 99), seorang sosiolog teknologi, yang mengatakan bahwa "*users don't just passively consume technology, but actively transform it*".[224] Dalam bahasa filsafat dari Ihde (1990, dalam Lim 2008: 103), argumen-argumen sosiologis itu bermakna sama dengan argumentasi bahwa "teknologi adalah simbiosis antara alat (*artefact*) dan penggunanya dalam suatu tindakan manusiawi".

Contoh yang sangat menarik mengenai modus ini juga pernah dikemukakan oleh Michael E. Porter (2006: 50), pakar bisnis yang menulis karya terkenal *The Competitive Advantage of Nations* [1990], mengenai industri sepatu di Italia. Porter menjelaskan, industri ini menghasilkan produk-produk sepatu dengan desain berkualitas tinggi karena dipengaruhi oleh perilaku cerewet dan banyak kemauan—ini berarti "budaya"—dari para pelanggan lokalnya. Perempuan Italia mencoba lusinan pasang sepatu sebelum membelinya. Mereka mengamati dengan saksama mutu kulit, hasil jahitan, bentuk dan ukuran hak sepatu, kenyamanan, mode, dan kualitas-kualitas lain. Pabrik-pabrik sepatu yang dapat bertahan dan berhasil dalam "laboratorium" lokal semacam ini dapat merasa yakin bahwa sepatu yang sukses di Italia sepertinya akan sukses pula saat diekspor secara global. Rupanya, pelanggan yang banyak maunya dapat "mendidik" perusahaan-perusahaan lokal tentang bagaimana meningkatkan mutu produk mereka dengan desain-desain yang tidak hanya meniru produk yang dikembangkan di tempat lain.

Restoran cepat saji McDonald's juga bisa digunakan lagi sebagai contoh yang relevan untuk modus ini. Dalam *Consumer Culture* (2003), Goodman & Cohen memaparkan fakta-fakta spesifik mengenai kreativitas gerai-gerai McDonald's di berbagai negara di luar Amerika Serikat dalam menanggapi selera kuliner masyarakat lokal. Di sini, berbagai *item* bahan masakan lokal dipadukan dengan menu dasar McDonald's.

> *…the chain varies its menu to adapt to particular localities. In India, McDonald's outlets serve Vegetable McNuggets and Maharaja Macs made with mutton. In Turkey, they offer a chilled yogurt drink. In Italy, espresso and cold pasta. Teriyaki burgers are on the menu in Japan, Taiwan, and Hong Kong (along with red bean sundaes). The main sandwich in the Netherlands is a vegetarian burger; in Norway, it is McLaks (a grilled salmon sandwich); in Germany, frankfurters; in Uruguay, a poached egg hamburger called the McHuevo* (h. 63).

Pentingnya melibatkan faktor-faktor nilai kultural dan perilaku—termasuk karakteristik antropometrik [*anthropometric characteristic*]—pengguna dalam proses perancangan (*design*) produk, sebagaimana tergambar dalam contoh-contoh di atas, sudah disadari oleh para desainer sejak beberapa dasawarsa silam—setidaknya sejak para desainer berupaya mengaplikasikan semiotika ke teori desain, bahkan langsung ke proses desain itu sendiri, pada 1960-an (Vihma & Väkevä, 2009). Itu sebabnya, dalam dunia desain, khususnya desain peralatan elektronik yang cara pengoperasiannya melibatkan fungsi-fungsi sistem yang kompleks, pengetahuan dan kemampuan produser untuk mendesain alat yang dapat

dioperasikan dengan mudah dan nyaman oleh pengguna (pengertian “mudah dan nyaman” di sini bisa sangat bersifat kultural karena apa yang dianggap mudah dan nyaman digunakan oleh satu kelompok masyarakat belum tentu dianggap demikian oleh masyarakat lain) adalah elemen yang sangat penting dalam proses perancangan. Seperti yang dikatakan oleh Hugh Mackay dalam “Design and Culture: the Symbolic Shaping of Apple Computers” (2005), bahwa “*design can be seen as a crucial element of any product’s image; design involves inscribing meanings in artefacts*” (h. 5).

Tidak heran bila di kalangan produser perangkat teknologis berlaku norma “ramah bagi pengguna” (*user friendly*) yang ditujukan kepada produk-produk industri, mulai dari telepon seluler hingga mobil, dari kamera digital hingga *notebook*. Norma ini muncul dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumer. IBM, misalnya, sangat menekankan adanya pertimbangan-pertimbangan antropologis (*human factors*) yang dilibatkan dalam proses desain sistem komputer yang mereka kerjakan. John D. Gould (1995), seorang periset di IBM Research Center, New York, mengonfirmasi keberlakuan norma tersebut ketika ia mengatakan bahwa tugas para desainer sistem di perusahaan komputer terkemuka dunia itu ialah “*to design useful, usable, desirable computer systems—ones that people can easily learn, that contain the functions that allow people to do the things they want to do, and that are well liked*”.

Hugh Mackay (2005) mengisahkan bagaimana Steve Jobs mengembangkan komputer Apple Macintosh (atau “Mac”) pada awal dasawarsa 1980-an dengan berlandaskan pada norma “ramah pengguna” itu. Hasilnya, Jobs berhasil mentransformasikan komputer dari teknologi yang tidak familiar bagi orang kebanyakan—saat itu komputer IBM dibuat untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dan pemerintah—menjadi teknologi yang dirancang untuk dapat digunakan oleh semua orang. Apa yang menginspirasi Jobs untuk melakukan “revolusi” tersebut adalah sukses Henry Ford membuat mobil murah untuk masyarakat. Ford bukanlah penemu mobil, tetapi ia berjasa besar dalam mentransformasikan teknologi transportasi itu dari komoditas eksklusif bagi orang kaya menjadi komoditas massa. Dengan inspirasi dari Ford itulah Jobs kemudian mengembangkan komputer Mac yang desainnya sangat mempertimbangkan faktor kultural dan perilaku dari para (calon) penggunanya—yakni publik umum. Elemen sosial (yakni para pengguna) itulah yang telah dilupakan oleh IBM sebagai pelopor produser komputer.

Dalam kritiknya terhadap IBM, Jobs, sebagaimana yang dikutip oleh Sculley dalam *Odyssey: Pepsi to Apple* (1987, dalam Mackay, 2005: 3), mengatakan “*... IBM has it all wrong. They don’t care about people. They sell personal computers as data-processing machines, not as tools for the mind*.” Kutipan berikut ini, dari penjelasan Mackay, menunjukkan visi Jobs dalam mendesain komputer Mac yang revolusioner tersebut.

> *More than anything else [the Mac] was the first personal computer to be fashionable; and Apple has gone on to produce a series of designer computers and more. But as well as making artefacts, Apple in its early years was been heavily implicated in shifting popular images of computing—from associations with binary logic, mathematics, IBM, and masculinity to an activity which is fun, for the non-expert and does not involve programming. More recently it has demonstrated that computers can be aesthetically attractive and a lifestyle statement; and that photography, video and music can be enjoyed easily and seamlessly using a home computer. A key part of the process of creating this new reality is constructing a new language and new meanings—as well as new functions. We can identify a range of computer features and contexts of computer use which have risen to the fore, and the Apple computer with them: usability, GUI, graphics, presentations, multimedia, higher level languages and, more recently, handling*

> *photographs, video and music. We have seen greater flexibility of work in terms of time and place; and the growth of domestic leisure technologies. Apple has both drawn on and fuelled these transformations* (h. 18-19).

Norma itu pula yang melandasi para akademisi maupun praktisi di bidang sains komputer dan sistem informasi. Seperti yang dikemukakan oleh Phoebe Sengers dkk. (2004) dalam proyek penelitian mengenai "*human-computer interaction*" (HCI):

> *Because users are the authors of their experience, in this project we work as designers, not to control that experience, but to support reflection by users on their own experiences with interactive, embedded systems. We posit that by doing this we can build devices that help users experience their lives, relationships, and the role technology can play in them in new and richer ways* (h. 4).

Pemikiran Sengers dkk. tersebut, selain menunjukkan berlakunya norma "ramah pengguna" dalam desain sistem komputer, secara khusus juga menegaskan peran esensial pengalaman pengguna terhadap desain teknologi. Anttonen & Jumisko-Pyykkö (2008), yang menyitir pendapat Vyas & Veer dalam "Rich Evaluations of Entertainment Experience" [2006], menyatakan bahwa pengalaman pengguna teknologi—yakni interaksi objek teknologis/artefak material dan penggunanya—bersifat menentukan dalam pengkonstruksian makna suatu objek teknologi. Konstruksi makna oleh pengguna ini, selanjutnya, berimplikasi pada fungsi atau kegunaan teknologi tersebut.

> Experience in interaction *states that the interaction between the experiencer and the designed artifact happening in lived reality is a prerequisite for experiences to take place and experience is a dynamic process that is constructed through the interaction.* Experience in interpretation *means that users do not just passively receive experiences—they actively construct meanings using their knowledge and prior experiences. The meanings are social and cultural products.* Experience as what the designers offer and what the users bring to it *refers to the fact that expert artists [or designer] can trigger certain experiences through an art piece but a specific interpretation can never be guaranteed. Experience depends on the experiencer and the experienced product that has been built by designers with some meanings attached to it.* (Anttonen & Jumisko-Pyykkö, nd: 3).

Kesadaran ihwal peran penting nilai-nilai kultural (termasuk, dan terutama, nilai-nilai kultural para pengguna teknologi) dalam desain teknologi itulah, barangkali, yang menyebabkan Adrian Forty sejak hampir seperempat abad yang lalu, dalam *Objects of Desire: Design and Society Since 1750* (1986, dalam Mackay, 2005: 1), menulis kalimat ini:

> *Every product, to be successful, must incorporate the ideas that will make it marketable, and the particular task of design is to bring about the conjunction between such ideas and the available means of production. The result of this process is that manufactured goods embody innumerable myths about the world, myths which in time come to seem as real as the products in which they are embedded.*

Pengaruh kultur terhadap teknologi tidak hanya bisa diamati pada peralatan atau objek teknis yang *movable* seperti monitor komputer, sepatu, objek berupa masakan seperti *Big Macs* dari McDonald's, atau desain komputer Apple Mac, tetapi juga bisa dilacak hingga ke objek yang *unmovable* seperti arsitektur gedung atau bahkan tata

ruang sebuah pusat kota—yang masih merupakan bagian dari bidang ilmu desain juga. Dari masa yang sudah lampau, misalnya sejarah perkotaan di Indonesia dari zaman kolonialisasi Belanda, dapat teramati adanya pengaruh kultur terhadap entitas teknologis.

Konsep perkotaan pada masa itu, sebagaimana dicatat oleh pemerhati budaya visual Agus Sachari (2007: 81), adalah perpaduan atau hibrida antara prinsip kota Indonesia lama yang bersifat ”kosmologis” (warisan sistem perkotaan kerajaan-kerajaan Hindu yang berlanjut ke masa kerajaan-kerajaan Islam) dan konsep kota modern (yang dibawa oleh kaum kolonial). Hal ini terbukti dari banyak kota di Indonesia pada waktu itu, baik kota kabupaten (*regency*) yang dikepalai oleh residen maupun kota kecamatan (*district*) yang dikepalai oleh wedana.

Perpaduan nilai-nilai estetik dan kultur Timur-Barat itu tercermin pada morfologi kota (saya menganggap morfologi kota, yang fisik, sebagai entitas teknologis) yang berpola seperti berikut: ada alun-alun dengan rumah bupati, rumah penjaga, pohon beringin, dan masjid di sebelah barat, sedangkan penjara dan tempat tinggal residen bangsa Belanda di sebelah timur alun-alun.[225] Pola seperti ini dengan jelas menyiratkan adanya pengaruh kultur dalam penataan ruang sebuah pusat kota. Setelah tahun 1870, ketika praktik *Cultuurstelsel* atau “sistem tanam paksa” yang terkenal itu diganti dengan sistem perkebunan partikelir besar, morfologi kota-kota di wilayah Hindia Belanda memang mengalami banyak perubahan,[226] tetapi banyak pula kota-kota kabupaten, terutama di Pulau Jawa, yang hingga sekarang masih mewarisi pola morfologis seperti itu.

Pengaruh Teknologi terhadap Sosiokultur

Sementara itu, pada sisi lain, tentu saja terdapat banyak sekali contoh yang dapat menggambarkan pengaruh teknologi terhadap tatanan sosiokultural. Bagi zaman ini, di awal milenium ketiga, objek teknologis yang paling memengaruhi perilaku orang secara masif barangkali adalah telepon seluler atau *handphone*. Tentang ini, Eileen Rachman, seorang pakar pengembangan karier, dalam sebuah artikel pendek di suratkabar *Kompas* (17 April 2010) menulis:

> Teman saya kecewa. Ia yang kagum melihat istrinya begitu bangun tidur langsung menunduk dan [dikiranya] berdoa, ternyata harus menghadapi kenyataan [yang mengecewakan] bahwa istrinya begitu bangun tidur langsung mengecek pesan yang masuk di hape [*handphone*]nya! Ternyata, banyak orang yang melakukan hal tersebut di pagi hari sekarang ini. Bukannya langsung menghadap yang Kuasa tetapi mengecek pesan teks. Bukankah memang sedikit di antara kita yang tidak membawa hapenya ke samping tempat tidur.

Banyak orang, seperti ditulis Rachman, tampaknya memang sudah terjebak dalam teknologi digital dan media sosial (seperti *handphone*, *netbook* yang yang setiap saat bisa terkoneksi dengan internet, teknologi jejaring sosial *facebook* atau *twitter*). Mereka, sadar atau tidak, sudah memperlakukan *gadget-gadget* tersebut seolah sebagai bagian tubuh mereka sendiri. Dalam hal *handphone*, misalnya, banyak orang bahkan tidak punya masalah untuk bertelepon, atau bahkan *chatting*, saat menyeter kendaraan (meskipun peraturan melarang itu) karena mereka bisa melakukannya tanpa harus memandang *handphone*nya. *Handphone* pun kegunaannya bukan sebatas sebagai alat komunikasi biasa sebagaimana pesawat telepon tetap yang terpasang di rumah-rumah. Tidak sedikit

orang yang menggunakan *handphone* untuk mengobrol selama berjam-jam, bercengkerama di ruang publik (tanpa bertatap muka!), mengantar anak, membangun relasi, rapat, dan mengambil keputusan.

Gambaran seperti itu sudah diramalkan sejak beberapa dasawarsa silam oleh banyak ilmuwan sosial ketika membicarakan masa depan internet dan penggunaan sistem komunikasi *android*.[227] Apa yang mengkhawatirkan dari perkembangan teknologi komunikasi tersebut ialah dampaknya bagi tatanan sosiokultural masyarakat. Orang mulai khawatir, terutama ihwal terhambatnya kegiatan sosial tatap muka, isolasi sosial, juga buruknya kegiatan mendengar dan rendahnya perhatian pada orang lain saat tatap muka. Itu semua menunjukkan adanya implikasi penggunaan teknologi komunikasi seluler, internet, dan sejenisnya terhadap aspek budaya—telah mengubah banyak kebiasaan dalam cara manusia berhubungan dengan sesamanya.

Teknologi digital tersebut bukan saja telah menggeser kegiatan sosial tatap muka dari tempatnya yang sentral dalam interaksi sosial, tetapi juga menggeser teknologi manual dalam berkirim kabar (kertas surat, benda-benda pos), bahkan menggeser eksistensi tokoh utamanya: pak pos. Apa yang kemudian hilang—meminjam ungkapan pemerhati budaya Indra Tranggono—adalah rekaman "jejak sejarah peradaban tulis-menulis [surat], juga kenangan yang berlumur berbagai perasaan". Ungkapan Tranggono memang bernada romantik ketika membicarakan kenangan akan kebiasaan orang dalam menulis surat secara manual, atau menunggu datangnya surat yang diantar pak pos—yang tak jarang disertai perasaan yang menggetarkan. Dalam sebuah esai pendek di *Kompas* (17 April 2010) Tranggono menuturkan kenangannya ihwal pak pos itu—berikut kerisauan atas "'hilangnya' berbagai peran sosial dan budaya yang bermakna [dari] ... jasa pos, benda pos, dan pak pos".

> Pak Pos! Frasa ini menjadi sangat akrab di telinga masyarakat sebelum kultur digital menggulung kultur manual. Dengan mengayuh sepeda dan membawa tas deklit coklat, pak pos mengantar surat, wesel, telegram, dan paket barang kepada setiap hati yang bergetar menunggu kiriman. Kehadiran pak pos menandai perasaan yang teraduk: cemas, penasaran, gembira atau sungkawa. [...].
>
> Kini sensasi tentang telegram, surat, atau kiriman wesel telah menguap dan digantikan media yang telanjang dan tanpa tatap muka: internet (Facebook, Twitter) dan telepon seluler. Orang tak lagi berdebar menerima wesel karena uang dapat ditransfer melalui rekening bank yang serba mekanik dan kering. Orang pun tak lagi bergetar membuka surat atau telegram karena karena telepon seluler telah membakar sensasi-sensasi itu dengan teknologi komunikasi langsung. Segala yang gaib di era manual telah diganti dengan hal-hal ajaib di era digital. Tak ada lagi misteri.

Kenangan Tranggono akan kebiasaan lama itu—menulis surat, menunggu wesel, menerima telegram—yang kini hampir hilang setelah teknologi digital hadir—menegaskan watak transformatif teknologi: ia bisa mengubah kebiasaan orang-orang dalam cara hidupnya.

Ketika suatu teknologi baru hadir di tengah sebuah masyarakat, teknologi itu bisa menggantikan teknologi lama dalam masyarakat itu. Pergantian itu membawa implikasi pada perubahan cara dalam melakukan sesuatu, cara lama diganti dengan cara baru—secara berangsur-angsur ataupun cepat. Walhasil, apa yang semula merupakan bagian dari rutinitas kehidupan kemudian bisa menjadi hal yang tidak lagi tampak biasa—seperti menulis surat atau sekedar bercengkerama santai dengan tetangga. Inilah yang dikatakan oleh Albert Borgmann (dalam Wood, 2003), profesor

filsafat teknologi di Universitas Montana, bahwa teknologi turut membentuk cara hidup tertentu (kultur) dalam sebuah masyarakat.

> *…technological items [devices like omputers, televisions, cars and phones] and procedures coalesce into a culture, a way of life…. […] A crucial feature of a technological device is that it makes something available to us in a comfortable way. You don't have to work for it. It's there at our beck and call. […] In the case of television, information and entertainment become easily available. Television to some extent takes the place of stories, pictures, ballads, gossip—other ways of informing ourselves about the world. […] The transformation is much more profound than we realize. If two or three hours of television a day come into our lives, then something else has to go out. And what has gone out? Telling stories, reading, going to the theater, socializing with friends, just taking a walk to see what's up in the neighborhood.*

Teoretikus STS Langdon Winner bahkan telah mengingatkan hal itu sejak seperempat abad yang lampau melalui tulisannya yang terkenal, "*Do Artefacts Have Politics?*": bahwa perubahan teknologi senantiasa membawa dampak sosial dan (mungkin juga) politis—termasuk dampak-dampak yang mungkin tidak dikehendaki. Ihwal teknologi komputer dan peralatan digital—yang memediasi segenap praktik sosial dewasa ini—Winner (dalam Thieme, 2005) telah mengingatkan pula dampaknya yang dapat serta-merta menggusur praktik-praktik budaya yang telah lama mapan.

> *To invent a new technology requires that society also invent the kinds of people who will use it; older practices, relationships and ways of defining people's identities fall by the wayside and new practices, relationships and identities take root. In case after case, the move to computerize and digitize means many preexisting cultural forms have suddenly gone liquid, losing their former shape as they are retailored for computerized expression.*

Menengok agak jauh ke belakang, sejarah teknologi juga dipenuhi catatan tentang hal ini. Sejarah teknologi di Eropa, misalnya, dapat berbicara banyak perihal pengaruh penggunaan tulisan, revolusi percetakan, hingga Revolusi Industri terhadap tatanan sosiokultural. Paparan berikut ini, yang merujuk kepada karya Briggs dan Burke, *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Sampai Internet* (2006), menampilkan bukti-bukti yang relevan untuk mendukung klaim pengaruh tersebut.

Penggunaan tulisan secara meluas di masyarakat pada akhir Abad Pertengahan Eropa (abad ke-12 dan ke-13), misalnya, mempunyai implikasi sosiokultural yang penting. Dimulai dari digunakannya tulisan untuk berbagai tujuan praktis oleh paus dan raja, yang diikuti oleh masuknya teknologi itu secara berangsur-angsur ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, telah menyebabkan hukum-hukum adat (yang tidak tertulis) digantikan oleh hukum-hukum yang tertulis. Akibat sosial dan budaya dari perubahan teknologis ini adalah timbulnya pemalsuan, pengendalian administrasi oleh jurutulis (yang melek huruf), dan timbulnya para bidaah yang membenarkan pendapat-pendapat mereka yang bukan ortodoks dengan menyeru kepada teks-teks injil—dengan demikian mengancam "monopoli" kaum agamawan di gereja-gereja (h. 12-13).

Tulisan juga membawa implikasi yang lebih mendalam, yakni dalam tataran kultural. Antropolog Jack Goody, dalam *The Domestication of the Savage Mind* (1977, dalam *ibid*), telah mengupas baik dampak budaya maupun psikologis dari keadaan melek huruf itu. Berdasarkan kerja lapangannya di Afrika Barat, Goody mencatat kecenderungan budaya lisan untuk mengidap apa yang dinamakannya "amnesia

struktural", yakni mengingat masa lalu seakan-akan sama keadaannya dengan masa kini. Keabadaian catatan-catatan tertulis, sebaliknya, bertindak sebagai penghalang terhadap jenis amnesia ini dan dengan demikian mendorong sebuah kesadaran akan perbedaan antara masa lalu dan masa sekarang. Sistem lisan itu, demikian kesimpulan Goody, lebih cepat berubah dan lebih luwes, sedangkan sistem tertulis lebih tetap.

Sedangkan pakar psikologi David Olson, dalam *The World on Paper* (1994, dalam *ibid*: 15), menciptakan ungkapan "pemikiran yang melek huruf" (*the literate mind*) untuk menyimpulkan perubahan-perubahan kultural yang terjadi akibat praktik membaca dan menulis. Perubahan itu menyangkut cara penghayatan orang tentang bahasa, kesadaran, dan dunia, mulai dari timbulnya subjektivitas sampai kepada gambaran tentang dunia dalam bentuk sebuah buku. Hampir sejajar dengan kesimpulan Olson, Walter Ong, dalam *Orality and Literacy* (1982, dalam *ibid*), menekankan perbedaan mentalitas antara budaya lisan dan chirografikal atau budaya tulis. Ong membedakan antara pemikiran yang didasarkan pada lisan (*oral*), pemikiran yang berdasarkan chirografi, dan pemikiran yang berdasarkan elektronik, sambil mencatat peranan menulis dalam mendekontekstualisasi (*decontextualizing*) gagasan.

Gelombang inovasi berikunya, setelah digunakannya tulisan dalam kehidupan sehari-hari, adalah percetakan. Para sejarawan sosial mengemukakan bahwa ditemukannya teknologi percetakan di Barat (pada pertengahan abad ke-15) telah ikut mengubah struktur pekerjaan di kota-kota Eropa. Para pencetak itu sendiri adalah sebuah kelompok para seniman baru, yang bagi mereka kemampuan melek huruf adalah penting. Mengoreksi cetakan percobaan (*proofreader*) adalah profesi baru yang ditawarkan dunia percetakan, sedangkan timbulnya sejumlah penjual buku dan profesional perpustakaan secara alami mengiringi ledakan jumlah buku (*ibid*: 23).

Percetakan juga membawa pengaruh ke dalam seni percakapan berkat tersebar luasnya buku-buku cetakan tentang masalah itu—antara lain *Civil Conversation* (1528)—yang dimulai di Italia pada abad ke-16. Buku-buku seni percakapan itu memberi panduan tatakrama kepada pria dan wanita yang berbeda umur dan kelompok sosial perihal kapan waktunya mereka bicara dan kapan berdiam diri, kepada siapa, tentang apa, dan dengan gaya bagaimana. Dengan kata lain, percetakan telah memberikan sumbangannya pada apa yang dinamakan penulis buku-buku itu sebagai "kehalusan pembicaraan" dan pembakuan atau standarisasinya—suatu proses yang juga didorong oleh diterbitkannya buku tata bahasa dari berbagai bahasa Eropa (*ibid*: 56).

Percetakan juga melahirkan iklan cetak yang dikembangkan pada abad ke-17, dan kemudian novel-novel yang dipublikasikan pada abad ke-18. Iklan dan novel, seperti serial televisi sekarang, memungkinkan para pembaca untuk seakan-akan mengalami sendiri nikmatnya barang-barang konsumsi yang mahal-mahal dan juga mendorong mereka untuk membeli. Dengan kata lain, teknologi percetakan (dan penerbitan) telah ikut bertindak sebagai bidan dari apa yang dikatakan para sejarawan sebagai "lahirnya masyarakat konsumer" pada abad ke-18. Selanjutnya, timbulnya masyarakat konsumer melahirkan gagasan tentang hak milik intelektual. Dengan adanya konsep hak ini, kekuatan pasar mendorong gagasan kepengarangan sebagai hak milik individual. Teknologi percetakan dan penerbitan juga telah ikut menumbuhkan tradisi pembacaan kritis berkat bertambahnya kesempatan untuk memperbandingkan pendapat yang berbeda-beda yang diajukan dalam berbagai buku tentang pokok masalah yang sama (*ibid*: 66-67, 73).

Pada sisi lain, evolusi dalam format fisik buku juga mendorong kecenderungan ke arah "privatisasi" kegiatan membaca sepanjang abad ke-15 sampai abad ke-20—praktik membaca di Abad Pertengahan adalah dengan suara keras untuk diperdengarkan secara publik. Buku-buku abad ke-15 seringkali berukuran folio dengan huruf cetakan yang besar dan harus dibaca di atas dudukan atau podium. Dalam abad ke-16 dan 17, buku-buku kecil—berukuran *octavo* atau jauh lebih kecil—menjadi populer. Buku-buku puisi seringkali dicetak dalam format ini, yang mendorong orang untuk membacanya di tempat tidur, terutama pada abad ke-18 ketika kamar tidur di rumah-rumah kelas atas dan kelas menengah secara berangusr-angsur telah menjadi suatu ruang pribadi (*ibid*: 78-79).

Para ilmuwan, tentu saja, menganggap positif terjadinya perubahan-perubahan sosiokultural yang dipengaruhi oleh kehadiran teknologi percetakan dan penerbitan ini. Sejarawan Inggris Lord Acton (1834-1902) mengatakan dalam kuliahnya "On Study of History" [1895] bahwa percetakan "memberikan jaminan bahwa karya Renaissance akan bertahan lama, bahwa apa yang ditulis akan dapat dibaca semua orang, bahwa era gelap (*occulation*) ilmu pengetahuan, dan gagasan seperti yang dirasa amat menekan pada Abad Pertengahan tidak akan terjadi lagi, bahwa tidak ada gagasan yang hilang". Meskipun penilaian Acton ini mengabaikan sumbangan penting yang dapat diberikan oleh tradisi lisan, tetapi substansinya sulit dibantah: percetakan memungkinkan ilmu pengetahuan dapat diakses oleh para pembaca yang lebih luas. Dampak kumulatif dari proses ini adalah dimungkinkannya generasi-generasi berikut membangun di atas karya intelektual orang-orang terdahulu (h. 23). Samuel Hartlib, seorang pelarian Eropa Timur di Inggris yang mendukung banyak rencana reformasi sosial dan budaya, menulis pada 1641 bahwa "percetakan akan menyebarluaskan ilmu pengetahuan sedemikan rupa sehingga orang biasa, karena mengetahui hak dan kebebasan mereka, tidak mau diperintah lagi dengan cara penindasan" (*ibid*: 21).

Teknologi percetakan dan penerbitan tampaknya memang berkontribusi bagi perkembangan hak-hak publik. Tidak heran bila Henry Oldenburg (1618-1677), ilmuwan pada Royal Society di London, menghubungkan tidak adanya mesin cetak dengan kediktatoran. Dalam sebuah surat yang ditujukan kepada penguasa Kerajaan Usmani (Turki) pada 1659, Oldenburg menyatakan: "Kamu semua penguasa Turki Raya adalah musuh pendidikan bagi rakyat karena memahami bahwa merupakan keuntungan punya rakyat yang ketololannya dapat diperdayakan. Itu sebabnya, penguasa tidak mau punya percetakan karena menganggap percetakan dan pendidikan, terutama sekali perguruan tinggi, adalah bahan bakar utama perpecahan di kalangan orang-orang Kristen". Adanya hambatan politis ini menyababkan percetakan Turki pertama baru didirikan pada abad ke-18, lebih dari 200 tahun setelah percetakan Yahudi pertama (1494) (*ibid*: 20). Sedangkan bagi kalangan agamawan di gereja-gereja, masalah utamanya adalah bahwa percetakan memberi kesempatan kepada para pembaca yang menempati posisi rendah dalam jenjang sosial dan budaya untuk mempelajari teks-teks agama bagi diri mereka sendiri, dan tidak lagi bergantung pada apa-apa yang dikatakan pihak otoritas gereja kepada mereka (h. 21).

Era berikutnya dalam sejarah teknologi, yakni Revolusi Industri—suatu proses yang melibatkan introduksi teknologi baru berupa mesin-mesin yang dapat menggantikan tenaga kerja manusia di sektor industri—yang bermula di Inggris, tak pelak lagi merupakan inovasi teknologi yang memiliki implikasi sosiokultural dengan spektrum yang mungkin paling luas. Salah satu implikasinya berkaitan dengan filsafat

tentang ”kerja”. Sosiolog Ignas Kleden (1987) dalam “Transnasionalisasi Gaya Hidup” menulis ihwal ini dengan mengatakan:

> Suatu warisan yang kita terima dari Revolusi Industri ialah bahwa kerja telah berubah sifatnya menjadi suatu faktor produksi. Pekerjaan dilakukan untuk menghasilkan barang dan jasa dan ia dicopot dari pengertian eksistensialnya sebagai sarana bagi seseorang untuk mewujudkan suatu bakat tertentu atau untuk memberi bentuk kongkrit kepada kemampuannya. Dengan demikian, apa yang harus dilakukan seseorang tidak lagi merupakan apa yang ia rasa harus dilakukan untuk mengembang-kan dirinya sendiri … tetapi apa yang dilakukannya ialah apa yang dituntut oleh kebutuhan produksi, khususnya oleh produski industri (h. 265).

Dengan perubahan pandangan tentang kerja, demikian kesimpulan Kleden, maka akan berakibat pada perubahan pandangan tentang ”belajar”. Jika kerja diarahkan kepada ”memiliki lebih” dan tidak kepada ”menjadi lebih”, maka belajar akan menderita implikasinya. Studi atau belajar akan diarahkan pada akumulasi dan pengelolaan informasi dan pengetahuan terutama yang berguna untuk kerja (yakni untuk meningkatkan produksi) dan akan semakin kehilangan artinya sebagai sarana memperluas pengertian dan pengetahuan, dan selanjutnya pengetahuan merupakan sarana untuk mencapai kebenaran. Jika demikian halnya, maka kegiatan pendidikan dan kegiatan belajar secara teknis menjadi semakin fungsional sifatnya, dan semakin menjadi kurang berwatak rasional-kritis.

Dalam sejarah teknologi di Hindia Belanda (tanah koloni yang menjadi cikal-bakal Indonesia), hadirnya teknologi radio punya kisahnya sendiri dalam mempengaruhi tatanan sosiokultural. Pada awal dasawarsa 1930-an pesawat radio menjadi teknologi penting yang ikut menandai hadirnya zaman modern saat itu. “Bagi mata masyarakat Hindia Belanda,” kata Rudolf Mrazek, sejarawan ahli Indonesia dari Universitas Michigan, dalam *Engineers of Happy Land* (2006: 227-228), “pesawat radio tampak sebagai semacam pernik-pernik baru yang sensasional, ‘perabotan baru yang fantastik’—[yang] tanpa perabot listrik ini, segera, tak ada rumah yang modern yang dianggap lengkap. … begitulah rancangan pesawat radio, di Hindia Belanda, menjadi prinsip pengaturan yang penting sebuah rumah kolonial modern”. Tetapi, lebih dari sekadar menjadi penanda kemodernan di mata masyarakat, pesawat radio juga menjadi alat ideologis pemerintah kolonial untuk mengkonstruksi ruang kekuasaan atas tanah koloni itu.

> Pada akhir 1930-an sebuah sinyal nirkabel dari sistem baru stasiun-stasiun Radio Hindia Belanda di pulau-pulau utama Hindia Belanda, Jawa, dan Sumatera, dan dari Belanda, membuat seluruh Kepulauan Indonesia yang luas itu, dengan sebagaian perkecualian di Irian Barat di ujung timur, terbuka bagi sinyal radio. […] Penerimaannya tidak senantiasa sempurna, tetapi sebuah ideologi baru terbangun dengan cepat: sejauh sinyal itu dapat didengar, sejauh itulah Hindia Belanda. Itulah tugas terbesar teknologi audio itu, yakni untuk mempersatukan Belanda dan Hindia Belanda melalui eter. Dengan kata lain, radio menjadi alat lain lagi—selain jalur kereta api, jalanan aspal, telegram, dan telepon—untuk merumuskan ruang kolonial modern bernama Hindia Belanda (Mrazek, 2006: 230).

Jadi, sejak sekurang-kurangnya pertengahan 1930-an, penduduk Hindia Belanda modern tahu tentang kemampuan besar radio dalam segi politik dan sosial (*ibid*: 231). Radio Hindia Belanda—baik radio pemerintah maupun radio amatir—yang lahir pada masa depresi ekonomi dan krisis kolonial yang semakin meruncing itu, “dengan cemas

diusahakan untuk memanfaatkan prinsip-prinsip kemampuan teknis barunya yang luar biasa untuk menerabas lokalitas yang ricuh itu. […] Sebuah bentang alam baru telah dibangun oleh radio" tulis Mrazek (h. 232).

Namun, Radio Hindia Belanda tidak dimanfaatkan hanya oleh pemerintah kolonial, tetapi juga oleh kaum pribumi untuk—secara diam-diam—melawan kolonialisme itu sendiri. Sarjana Jepang Kenji Tsuchiya (dalam Mrazek, 2006: 247), pernah mengatakan bahwa radiolah yang menolong menyebarkan *kroncong* [keroncong], nyanyian-nyanyian Hindia-Belanda populer mirip Hawaian, ke lingkungan-lingkungan pribumi yang lebih luas. Keroncong adalah musik rakyat pula. Musikus keroncong—pribumi, Eurasia, Cina, campuran—berkelana melalui jalan-jalan menyanyikan serenade-serenade. Radio membantu keroncong untuk menjadi musik nasional Indonesia yang dominan, dan sungguh nasionalistis. "Melayunya keroncong—dan dengan demikian cikal-bakal bahasa nasionalisme Indonesia—memberikan dirinya untuk diperlunak, untuk dicairkan dengan mudah ke dalam radio Hindia Belanda, menjadi paduan metalik bunyi, dan peradaban akhir kolonial yang diatur oleh radio" (*ibid*: 249).

> Bahasa keroncong adalah kombinasi kata-kata Portugis, Belanda, dan terkadang Inggris, yang dicampur dengan bahan dsar Melayu dan kemudian bahasa Indonesia. Keseluruhan linguistik ini, kekuatan yang mempersatukannya, terkadang disebut sebagai *strand of kazerne Maleisch* (bahasa pantai atau barak) atau atavisme (pengkunoan bahasa barak-barak) . Sungguh, sepanjang abad-abad penjajahan, bahasa yang digunakan dalam lagu-lagu keroncong adalah sebuah bahasa angkatan darat kolonial, bahasa pegawai sipil kolonial, dan, secara lebih luas, penajajah yang menjelaskan modernitas kepada mereka yang dijajah yang tidak dapat berbicara bahasa Belanda, bahasa kolonial sebenarnya, dengan baik. Bahasa keroncong adalah bagian dari lingua franca, bahasa yang ada hanya secara longgar pada pinggiran-pinggiran masayarakat kolonial dan menghadapi orang asing. Ciri inilah terutama yang membuat bahasa itu bersahabatb dengan radio Hindia Belanda, bahkan sebelum radio itu lahir (h. 248).

Paparan tentang sejarah penggunaan tulisan dan revolusi percetakan di Eropa—juga kehadiran pesawat radio di Hindia Belanda—tersebut, seperti halnya teknologi media lainnya yang muncul dalam abad-abad kemudian (misalnya televisi, internet, telepon seluler), menunjukkan bagaimana teknologi menjadi suatu katalisator yang mendukung perubahan sosiokultural. Kadang perubahan sosiokultural itu menggusur praktik-praktik kultural lama—dan karena itu dianggap membawa dampak negatif. Tetapi, tentu saja perubahan teknologi juga dapat membawa banyak dampak positif bagi masyarakat.

Revolusi (jika bisa dikatakan demikian) dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang terjadi saat ini jelas merupakan kekuatan yang dahsyat bagi pembangunan dunia, bukan hanya dalam pengertian ekonomi, tapi juga sosiokultural. Dalam bidang pendidikan, misalnya, perkembangan TIK telah mendorong munculnya sebuah prakarsa global bertajuk "Connect to Learn" (www.connecttolearn.org) yang bertujuan memajukan pendidikan untuk semua lewat internet. Prakarsa global yang melibatkan banyak pihak—Earth Institute Unversitas Columbia, Millenium Promise Alliance, raksasa telekomunikasi Ericsson, dan didukung penyanyi pop Madonna—itu mengupayakan agar anak-anak di seluruh dunia memperoleh peluang duduk di bangku sekolah dan terhubung satu sama lain melalui *broadband* nirkabel internet. Upaya mewujudkan cita-cita besar "pendidikan bagi semua" ini seakan mengulang pengharapan lama yang muncul ketika teknologi radio mulai berkembang pesat pada

dasawarsa-dasawarsa akhir paro pertama abad ke-20. Prakarsa ini bertolak dari suatu fakta sosial bahwa teknologi internet (dan komputer) dewasa ini telah menjangkau semua lapisan masyarakat pada hampir seluruh wilayah dunia. Fakta ini menawarkan terobosan teknologis di bidang pendidikan.

Dalam observasinya mengenai pelaksanaan program Connect to Learn tersebut, Jeffrey D. Sachs (2010), profesor ekonomi pada Universitas Columbia dan penasihat khusus sekretaris jenderal PBB mengenai Millenium Development Goals, memaparkan pengalaman berikut:

> Bukan hanya di New York, Shanghai, atau Paris orang menemukan telepon seluler di tangan orang-orang yang lalu lalang di kota-kota besar tersebut, tapi juga di tangan sopir-sopir taksi di Nairobi dan gembala unta di Kenya sebelah utara. Dewasa ini terdapat 4,6 pelanggan ponsel [telepon seluler], dan angka ini terus melambung. Di kawasan Afrika sub-Sahara saja terdapat 250 juta pelanggan. Menyebarnya 3G (dan tidak lama lagi 4G) menawarkan terobosan teknologi di bidang pendidikan. Bahkan sekolah-sekolah yang terpencil tiba-tiba bisa terhubung lewat internet dengan sekolah-sekolah lainnya melalui panel surya, komputer yang murah, dan akses nirkabel. Sekolah yang bahkan tidak memiliki kelengkapan yang mencukupi tiba-tiba bisa mengakses gudang informasi sama halnya seperti di tempat-tempat lainnya di dunia.
>
> Ketika semua ini terjadi, hasilnya sungguh membesarkan hati. Dalam hitungan menit setelah tersambung secara *online*, anak-anak di suatu masyarakat pedesaan di Kenya tenggara bisa membaca informasi mengenai negeri mereka sendiri yang ditampilkan program Millenium Villages Project, yang mencakup seluruh Benua Afrika. Masyarakat yang tidak banyak mengenyam pendidikan formal sekarang menyaksikan anak-anak mereka berduyun-duyun ke sekolah; sementara kelengkapan yang murah, mulai hubungan internet, penyediaan gizi yang sehat di sekolah, dan air yang bersih, telah meningkatkan mutu, kinerja, serta daya tarik sekolah bagi siswa dan orangtua mereka.
>
> Dengan dana awal yang secukupnya, masyarakat miskin tradisional di pedesaan yang sebelumnya tidak memperhatikan pendidikan anak-anak perempuan tiba-tiba menyadari pentingnya pendidikan tidak hanya bagi anak laki-laki, tapi juga anak perempuan mereka. Di sebuah desa Millenium Villages Project di Ethiopia yang baru-baru ini saya kunjungi bersama menteri kesehatan negeri itu, seorang ayah mengatakan kepada saya bagaimana ia telah memutuskan terus menyekolahkan putrinya daripada mengawinkannya pada usia 12 tahun dengan putra seorang tetangganya. “Saya bertanya kepada anak saya apa yang ia inginkan,” demikian ujar sanga ayah, “dan ia mengatakan kepada saya bahwa ia ingin meneruskan sekolahnya. Jadi sekaranga ia masih duduk di bangku sekolah.”
>
> Menteri kesehatan berpaling kepada saya dan mengatakan bahwa ia tidak pernah sebelumnya mendengar cerita semacam itu: bahwa sang ayah hanya menanyakan keinginan anak perempuannya, tapi juga dengan gembira mengikuti keinginan anaknya. Kita tengah menyaksikan perubahan yang besar semacam itu di seluruh Afrika. Masyarakat miskin menyambut prospek peningkatan pendidikan anak-anak perempuan mereka jika sumber daya yang tersedia seadanya itu memungkinkan. [...].
>
> Menghubungkan anak-anak di seluruh dunia dalam berbagi pelajaran di sekolah secara *online* dan memfasilitasi “jejaring sosial” anak-anak di seluruh dunia pada usia muda memberikan manfaat edukatif yang menjangkau jauh. Baru-baru ini, pada peluncuran hubungan *school-to-school* antara sebuah sekolah dasar di Amerika Serikat dan sekolah serupa di Kenya, anak-anak yang terpisah satu sama lain sejauh 8.000 mil bersama-sama *read-aloud*, membaca dengan suar yang keras, dan kemudian merasa kagum sendiri bahwa mereka bisa berbagi cerita dengan anak-anak di lain bagian dunia. Fakultas Keguruan pada Columbia University mengawasi proses belajar *school-to-school* ini dengan metode

pemantauan yang menilai pengalaman sekolah bersama ini dari segi pembelajaran kognitif dan etis yang diperluas.

... Sebuah *global fund for education* (dana global untuk pendidikan) yang digabungkan dengan upaya global sukarela untuk menghubungkan anak-anak di seluruh dunia [dengan internet] menawarkan peluang terobosan yang bahkan beberapa tahun yang lalu dianggap tidak realistis. Prakarsa semacam ini merupakan contoh dramatis ... dari sebuah kebenaran mendasar saat ini: kemiskinan ekstrem, buta aksara, dan kematian akibat penyakit yang sebenarnya bisa dicegah merupakan derita yang anakronistik ketika kita memiliki teknologi dan *goodwill* di dunia untuk mengakhiri semua ini.

Kutipan panjang dari Sachs yang menarasikan gambaran empirik ihwal pemanfaatan teknologi internet untuk memajukan pendidikan anak-anak Afrika itu—meskipun bias pandangan determinisme teknologi—menunjukkan dengan gamblang kemampuan teknologi internet sebagai katalisator bagi perubahan sosiokultural.

Contoh ilustrasi tentang pengaruh teknologi terhadap sosiokultur tersebut barangkali agak berlebihan dalam memberikan penekanan pada segi dampak yang dapat ditimbulkan oleh teknologi. Perspektif semacam ini seakan mengasumsikan teknologi sebagai kekuatan yang tumbuh secara independen dan berdaya mendominasi serta menjadi penentu bagi setiap aspek lain kehidupan—dan karena itu wajah teknologi bisa tampak "mengancam dan menyeramkan". Padahal, sebagaimana telah dibahas (lihat "Pengaruh Kultur terhadap Teknologi" di Bab 10), teknologi sejatinya tidak pernah berwatak deterministik terhadap entitas sosiokultural karena perkembangannya selalu dipengaruhi oleh praktik-praktik kultural yang telah ada sebelumnya. Jadi, ketika suatu teknologi baru hadir di masyarakat, dengan segenap dampak kulturalnya pada masyarakat itu, dampak itu tidak secara total menggusur praktik-praktik kultural lama karena pada teknologi baru itu sebenarnya masih tersisipi nilai-nilai kultural lama. Dengan kata lain, dapat dipostulasikan di sini bahwa teknologi memang merupakan faktor yang memengaruhi entitas sosiokultural, tetapi bukan yang menentukannya.

Pandangan bahwa faktor sosiokultural juga melatarbelakangi perkembangan teknologi menegaskan karakter saling pengaruh dan mengubah dalam relasi antara teknologi dan budaya. Paparan berikut ini mengilustrasikan karakter tersebut.

Saling Pengaruh antara Teknologi dan Kultur

Seperti dicatat oleh Briggs dan Burke (2006: 19) dalam *Sejarah Sosial Media* itu, khususnya mengenai revolusi percetakan, gambarannya bukan hanya menunjukkan terjadinya pengaruh teknologi terhadap tatanan sosiokultural, tetapi juga menjelaskan hal yang sebaliknya: perkembangan teknologi itu sendiri juga dilatari oleh faktor-faktor sosiokultural. Kenyataan bahwa percetakan tiba demikian terlambat di Rusia (permulaan abad ke-18) menunjukkan bahwa percetakan itu bukanlah entitas yang berdiri sendiri, dan bahwa revolusi percetakan tidak hanya tergantung pada teknologi saja. Percetakan memerlukan kondisi sosial dan budaya yang kondusif agar dapat berkembang; dan, di Rusia, kurangnya orang biasa yang dapat membaca juga merupakan suatu hambatan serius bagi timbulnya budaya—yakni nilai-nilai yang menganggap penting—percetakan di negeri itu. Jika "budaya percetakan" tidak cukup bisa berkembang dalam suatu masyarakat, maka selanjutnya hal itu juga dapat menghambat perkembangan teknologi percetakan di masyarakat itu—meski teknologi itu sudah hadir di sana.

Modus saling memengaruhi antara teknologi dan budaya tersebut juga tampak dalam catatan sejarah kapitalisme industri di Eropa pada masa Reformasi Protestan. Dalam catatan sejarawan ekonomi Universitas Harvard David Landes (2006: 39-40), Reformasi Protestan (sebagaimana yang ditesiskan oleh Max Weber dalam *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* [1905] bahwa agama Protestan, khususnya aliran Calvinisme, memajukan kebangkitan kapitalisme industri dengan menetapkan dan mendukung pemberlakuan sebuah etika perilaku harian sekular—kerja keras, jujur, keseriusan, hemat uang dan waktu) telah menghasilkan para pelaku bisnis jenis baru, orang-orang yang bertujuan untuk hidup dengan cara rasional dan bekerja dengan cara yang pasti, rajin, dan produktif.

Catatan-catatan historis masa itu memperlihatkan bahwa para pedagang dan pengusaha pabrik yang Protestan memainkan peran penting dalam perdagangan, perbankan, dan industri. Kebajikan berupa penghargaan akan makna waktu, misalnya, ternyata telah memengaruhi perkembangan teknologi jam dan arloji. Bahkan, “bukti sederhana” itu juga menunjukkan bahwa sebagian besar pembuat jam di wilayah Katolik seperti prancis dan Bavaria adalah orang Protestan. Di wilayah Protestan seperti Inggris dan Belanda, pembuatan alat-alat pengukur waktu tersebut diikuti dengan penggunaannya yang meluas di masyarakat hingga ke wilayah perdesaan. Proses ini memungkinkan terjadinya penyebarluasan nilai-nilai baru yang menjunjung tinggi makna waktu—dan “kepekaan waktu” adalah salah satu unsur penting yang mendorong masyarakat perdesaan untuk mengalami proses “urbanisasi”.

Saling pengaruh antara entitas teknologis dan entitas kultural juga tampak jelas dalam hasil kajian Richard Grusin mengenai sejarah pendirian tiga taman nasional (*national park*) utama di Amerika Serikat—Yosemite, Yellowstone, dan Grand Canyon. Pendirian ketiga taman nasional itu, demikian kesimpulan Grusin dalam *Culture, Technology, and the Creation of America’s National Parks* (2004), ternyata berkontribusi besar terhadap pembangunan identitas nasional Amerika setelah Perang Dunia II—meskipun niat awalnya lebih sebagai sarana bagi pelestarian lingkungan (*environmental preservation*). Tetapi, nilai-nilai ihwal pelestarian lingkungan itu sebenarnya dilatarbelakangi oleh faktor-faktor kultural tentang “keamerikaan” yang terkait dengan sejarah asal-mula kedatangan kaum kulit putih di benua itu. Artinya, konstruksi teknologis berupa pendirian taman-taman nasional itu adalah wujud dari upaya melakukan kontsruksi kultural (*cultural construction*) mengenai nilai-nilai keamerikaan”.

Ihwal kultur “keamerikaan” itu tersirat dalam tujuan pendirian ketiga taman nasional itu, sebagaimana yang “dinyatakan” oleh dokumen National Park Service tahun 1963 (dalam Grusin, 2004: 1): “*the biotic associations within each park be maintained, or where neessary recreated, as nearly as possible in the condition that prevailed when the area was first visited by the white man*”. Dengan kata lain, seperti dinyatakan oleh Grusin (*ibid*) dalam bagian pendahuluan buku itu, “Reproducing Nature: the Technology of National Parks”:

> *... the origins of America’s national parks are usually thought to consist in the desire to withdraw or preserve particularly spectacular natural areas from the threat of social, political, and economic development, at least partly for the purpose of reminding Americans what their country was like when their European predecessors first took possession of it. Indeed it is something of a historical truism that the construction of American national identity has always been inseparable from nature. Unlike European nations, whose identity derived from a common language, ethnic or racial heritage,*

religion, or cultural history, the identity of United States of America as "nature's nation" has been grounded in large part in the land itself. Because of this centrality of nature to American self-identity, questions of environmentalism in America have invariably taken on ideological and national significance. In America, the preservation of natural spaces has involved not only the creation of an alternative to the nation's cultural space but also the creation of America itself (h. 1).

Contoh-contoh yang menampilkan gambaran berlakunya modus saling pengaruh antara entitas teknologis dan entitas kultural tidak hanya diperoleh dari perkembangan teknologi "makro" seperti revolusi percetakan, industrialisme kapitalis di Eropa, atau pendirian taman nasional, tetapi juga dari perkembangan teknologi "mikro" yang fungsinya untuk mendukung aktivitas kehidupan sehari-hari. Dunia kontemporer, khususnya praktik sosial masyarakat kontemporer, dapat menampilkan banyak sekali contoh yang relevan dengan modus kedua dalam teknokultur ini. Dalam kasus *handphone*, sebagaimana sudah dipaparkan di atas, apa yang layak didiskusikan jelas bukan hanya soal dampak alat tersebut bagi tatanan sosiokultural; tetapi, sebaliknya, juga pengaruh sosiokultural terhadap perkembangan teknologi itu.

Fakta sosial berupa banyaknya orang yang menggunakan *handphone* untuk mendukung berbagai macam aktivitas keseharian (mengobrol panjang, *chatting*, mengantar anak, membangun relasi, rapat, atau mengambil keputusan) bukan hanya menunjukkan persoalan dampak teknologi terhadap entitas sosiokultural, tetapi juga ihwal pengaruh nilai-nilai kultural terhadap perkembangan teknologi. Bukankah perkembangan teknologi *handphone* yang didesain dapat multiguna atau *multitasking* seperti itu, sedikit atau banyak, dimungkinkan berkat adanya kebutuhan dan tuntutan keinginan dari para pengguna—dan soal "kebutuhan dan keinginan" pengguna adalah hal yang sangat bersifat kultural? Itu sebabnya, produsen *handset* terkenal seperti Nokia (yang asal Eropa) bisa mengeluarkan produk dengan desain fisik baru hampir setiap bulan (meski teknologinya tidak selalu berubah dengan kecepatan yang sama) untuk pasar Asia-nya—hal yang tidak dilakukannya untuk pasar Eropa-nya. Dari contoh *handset* Nokia ini diperoleh—meminjam ungkapan sosiolog—"bukti sederhana" mengenai pengaruh pengaruh nilai-nilai kultural terhadap desain objek teknologis.

Dalam ranah arsitektur, berlakunya modus saling pengaruh antara entitas teknologis dan entitas kultural juga tampak nyata. Salah satu contohnya adalah desain bangunan mal (*mall*)—sosiolog konsumsi George Ritzer mengkategorikannya sebagai salah satu dari "alat konsumsi baru"—di kota-kota besar di Indonesia, khususnya di kawasan Jabodetabek, yang memiliki ukuran masif. Di banyak negara maju (Australia, misalnya), bangunan pusat belanja umumnya tidaklah semasif bangunan mal di Indonesia—yang semakin hari semakin banyak jumlahnya itu. Apa yang turut melatarbelakangi munculnya kecenderungan tersebut adalah kultur warga kota metropolitan Indonesia yang menjadikan mal bukan sekadar sebagai tempat berbelanja, tetapi juga sebagai sarana rekreasi, tempat melepas penat sekaligus ruang interaksi sosial.

Dalam kultur semacam itu, pusat belanja harus punya fungsi-fungsi lain yang mendukung kebutuhan masyarakat penggunanya: sebagai tempat makan bersama, menonton bioskop, sarana bermain anak, arena bermacam pertunjukan dan lomba (termasuk diskusi/seminar publik dan peluncuran buku baru), atau sekadar bercengkerama bersama teman. (Belakangan ini banyak gedung bioskop yang dibangun di mal—terutama yang menawarkan fasilitas bioskop tiga dimensi—untuk memenuhi keinginan konsumer, yakni

berbelanja sambil menonton film, sekaligus makan bersama rekan atau keluarga. Selain itu, dalam beberapa tahun terakhir halaman mal juga dimanfaatkan sebagai tempat pertunjukan musik untuk kalangan ABG [anak baru gede] yang disiarkan secara langsung oleh televisi-televisi swasta, hampir setiap hari). Jadi, dalam gambaran ini, desain mal yang masif dapat diasumsikan terkait dengan faktor-faktor kultural dari masyarakat penggunanya.

Tetapi, pada sisi lain, jelas pula bahwa kehadiran pusat belanja modern seperti mal—beserta jenis pusat belanja lainnya semisal supermarket dan yang belakangan adalah minimarket—itu di hampir setiap kota di Indonesia telah turut mengubah kebiasaan warga kota dalam hal berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seiring menjamurnya pusat-pusat belanja modern itu, semakin berkurang pula jumlah pasar tradisional karena tidak lagi mampu bertahan hidup akibat ditinggalkan oleh konsumernya yang pindah berbelanja ke pusat belanja modern. Dampak kultural dari—meminjam istilah Ritzer—“alat konsumsi baru” ini, antara lain, adalah hilangnya (secara berangsur-angsur) kebiasaan orang untuk berbelanja dengan “metode” tawar-menawar ala pasar tradisional serta tumbuhnya kebiasaan baru menyatukan kegiatan berbelanja dengan sejumlah kegiatan lainnya (makan, berekreasi, menonton film atau pertunjukan, atau sekedar bercengkerama bersama rekan untuk menghabiskan waktu luang). Inilah kultur baru masyarakat urban Indonesia kontemporer dalam mengkonsumsi komoditas (yang turut dibentuk oleh hadirnya “alat konsumsi baru” berupa mal)—“*one stop shopping*”.

Contoh lain dari ranah arsitektur (dan tata kota—*urban design*), yang memperlihatkan modus saling pengaruh antara teknologi dan kultur, adalah hasil penelitian doktoral Robert Cowherd di Department of Architecture, Masschusetts Institute of Technology, bertajuk “Cultural Construction of Jakarta: Design, Planning and Development in Jabotabek, 1980-1997” (2002). Dalam penelitian itu, Cowherd menyimpukan adanya keterkaitan yang sangat erat antara faktor-faktor kultural (*cultural forces*) dan lingkungan fisik (*built environment*)—yang disebut terakhir ini saya asumsikan sebagai entitas teknologis—yang terekspresikan dalam penataan arsitektural dan perkotaan di Jakarta dalam tiga dasawarsa terakhir. Pada satu sisi, sebagaimana ditunjukkan oleh Cowherd, faktor-faktor kultural melatarbelakangi desain tata ruang Jakarta. Sementara, pada sisi lain, tata ruang kota itu kemudian mempengaruhi tatanan sosiokultur masyarakat Jakarta.

Seperti yang dinyatakan oleh pemerhati masalah sosial-ekonomi perkotaan Sri Palupi (2007), banyaknya gedung pencakar langit, apartemen, rumah mewah atau *real estate*, dan pusat belanja di Jakarta ternyata telah menciptakan arena industri konsumerisme yang mengabaikan ruang publik bagi warganya. Fungsi ruang publik kini telah banyak diambil alih oleh *mall* yang menjanjikan kenyamanan berbelanja. Menyempitnya ruang publik di Jakarta ini, selain meminggirkan kaum miskin kota, juga menandai semakin tipisnya tenggang rasa, toleransi, solidaritas, dan keberadaban warganya. Karena itulah, barangkali, selalu muncul masalah perkotaan dalam bentuk permukiman kumuh, pedagang kaki lima yang tidak bersedia diatur, ataupun perilaku sebagian warganya yang tidak berbudaya urban—membuang sampah seenaknya, tidak mau antre, mengotori dan merusak fasilitas publik.

Di Singapura, negara-kota berpenduduk sangat padat itu, gambarannya hampir merupakan kontras dari Jakarta. Dengan latar demografis yang multietnik—77 persen China, 14 persen Melayu, dan delapan persen India—Pemerintah Singapura menggariskan visi multikultural[228] dalam pembangunan masyarakat. Karena itulah, dalam hal penataan kota, multikulturalitas juga menjadi faktor esensial dalam setiap perencanaan pembangunan gedung dan kawasan di sekitarnya. Maka, seperti ditulis *Koran Jakarta* (25 April 2010), di

setiap gedung dan bangunan tinggi yang bertebaran, pemerintah Singapura mengalokasikan sebidang lahan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum. Lahan khusus ini adalah tempat terbuka yang didesain sebagai lokasi berkumpulnya masyarakat multietnik di Singapura, menjadi semacam "laboratorium" bagi sosialisasi masyarakat. Lokasi ini tak ubahnya kanvas kosong yang dapat diwarnai dengan kegiatan kemasyarakatan multietnik, mulai dari pernikahan hingga pemakaman.

Lebih dari itu, setiap gedung perumahan publik (*flat*)—hampir 80 persen dari lima juta penduduk Singapura tinggal di *flat*—ditinggali sesuai dengan proporsi etnik dengan tujuan mencegah terbentuknya kantong-kantong ras yang dapat menghambat berlangsungnya proses sosialisasi multietnik. Dengan tersedianaya ruang publik yang didesain seperti itu, dan pengaturan penghunian *flat* yang multietnik, visi masyarakat multikultural menjadi lebih mungkin untuk diwujudkan. Begitulah semestinya sebuah kota dirancang dan dibangun: bersifat "menampung" bagi warganya. Seperti dikatakan oleh ahli sosiologi perkotaan Robert Ezra Park (dalam Redana, 2010), kota adalah "sebuah wadah bagi adat-istiadat, kebiasaan, serta perasaan-perasaan dan tingkah laku yang tak terorganisir".

Dalam perspektif teknokultur, contoh ihwal Singapura tersebut menunjukkan pengaruh teknologi (arsitektur dan tata kota) terhadap tatanan sosiokultural (pembentukan masyarakat multietnis yang berkarakter multikultural). Tetapi, contoh ini juga sekaligus menunjukkan pengaruh faktor kultural terhadap desain teknologi karena pengalokasian sebidang lahan pada setiap bangunan gedung yang diperuntukkan sebagai ruang publik tersebut didasari oleh pertimbangan-pertimbangan kultural yang berakar pada multietnisitas masyarakat Singapura.

Kesadaran akan terjadinya proses saling pengaruh antara teknologi dan kultur itulah, barangkali yang menyebabkan ilmuwan desain Victor Papanek, dalam *Design for the Real World: Human Ecology & Social Change* yang terbit hampir empat dasawarsa silam (1974, dalam Sachari, 2007: 1), menulis kalimat yang berisi "pesan moral" bagi siapapun yang menggeluti bidang desain ihwal tanggungjawab yang mereka pikul dari profesi itu. Dalam pandangan Papanek, setiap objek teknologis atau artefak material yang digunakan masyarakat dewasa ini adalah produk yang menjadi komoditas, dan karena itu melewati proses desain. Pada giliran berikutnya, objek-objek teknologis atau artefak material yang dirancang para desainer itu dapat memengaruhi tatanan sosiokultural.

> *In this age of mass production, when everything must be planned and designed, design has become the most powerfull tool with which man shapes his tools and environments (and, by extention, society and himself). This demands high social and moral responsibility from the designer.*

Sebagai penutup paparan modus kedua teknokultur, berikut saya kutipkan pandangan Rene T. A. Lysloff dan Leslie C. Gay, Jr. dalam *Music and Technoculture* (2003) mengenai hakikat saling pengaruh antara entitas teknologi dan entitas kultur.

> *Technology become embedded in cultural systems and social institutions, which, in turn, are recofigured by those same technologies. Technologies are acculturated in societies through human agency—through their utilization by people—and, in turn, generate new needs and social spaces for those people. Without the meaning conferred through use, technology become dead objects, empty artifacts* (h. 8).[]

11

Modus 3: Perubahan Fungsi dan Desain Teknologi karena Perbedaan Budaya

Modus ketiga dalam relasi saling memengaruhi dan mengubah antara teknologi dan budaya ialah bahwa penggunaan teknologi pada budaya yang berbeda (dari budaya asal teknologi itu) dapat mengubah fungsi teknologi tersebut menjadi tidak sesuai dengan intensi asal penciptanya atau kegunaannya pada masyarakat asal teknologi itu. Pada sisi lain, tentu saja juga berlaku kebalikannya, bahwa penggunaan teknologi (beserta muatan kultur di dalamnya) pada pada masyarakat lain (dengan demikian berarti budaya lain) juga dapat mengubah perilaku sosial (dengan demikian berarti juga mengubah praktik budaya) setempat menjadi lebih serupa dengan budaya asal teknologi itu.

Perubahan Fungsi Teknologi karena Penggunaannya pada Budaya Lain

Salah satu contoh yang relevan untuk menggambarkan terjadinya perubahan fungsi suatu teknologi karena ia digunakan pada budaya lain, sekali lagi, adalah restoran cepat saji McDonald's. Di Brazil McDonald's digunakan untuk fungsi yang berbeda dengan fungsi asalnya di Amerika Serikat. Contoh ini dicuplik dari catatan etnografi Conrad Phillip Kottak yang pada 1981 mengunjungi negeri itu.

> *McDonald's is expanding rapidly in Brazilian cities, and in Brazil as in North America, teenage appetites are fueling the fast-food explosion. As McDonald's outlets appeared in urban neighboorhoods, Brazilian teenagers used them for after-school snack, while families had evening meals there. ... the fast-food industry has not revolutionized Brazilian food and meal customs. Rather, McDonald's is succeeding because it has adapted to preexisting Brazilian cultural patterns. The main contrast with North America is that Brazilian evening meal is lighter. McDonald's now caters to the evening meal rather than to lunch* (Kottak, 1991: 399).

McDonald's yang di negeri asalnya, Amerika Serikat, lazim menjadi santapan makan siang di tempat kerja, di Brazil tradisi ini berubah menjadi sajian makan malam. Di Brazil, makan siang adalah santapan utama (*main meal*) sehingga pada saat tengah hari kantor-kantor memberi waktu istirahat para karyawannya hingga dua jam untuk makan siang. Tradisi ini memungkinkan perusahaan untuk menyediakan makan siang bagi para pagawainya, atau tak jarang pula para pekerja pulang ke rumah dan makan siang bersama keluarganya. Kebiasaan masyarakat Brazil ini tentu saja sangat berbeda dengan kebiasaan masyarakat Amerika yang jam makan siangnya sangat pendek, bahkan tidak jarang mereka makan sambil tetap beraktivitas di dalam kantor. Lahirnya konsep restoran cepat saji McDonald's di Amerika tidak lepas dari kultur ini, sehingga promosi McDonald's

pun menampilkan pesan bahwa McDonald's adalah menu makan siang yang bisa dipesan dengan cepat, dibawa pulang (*take-out bags*), dan kemudian disantap di kantor—tidak jarang sambil tetap bekerja. Ketika McDonald's diekspor ke negara lain, muatan kultural di dalamnya (nilai-nilai masyarakat Amerika) berhadapan dengan nilai-nilai yang berbeda yang berlaku di tempat itu. Kondisi ini membuat McDonald's dimaknai secara berbeda oleh konsumer lokalnya sehingga terjadi perubahan pada segi fungsinya. Fenomena ini dapat disebut sebagai "*designer fallacy*"[229] (atau disebut "*unintended consequences*" dalam terminologi antropologi), yakni kondisi ketika suatu teknologi berfungsi secara berbeda dari intensi asal penciptanya atau dari kegunaannya pada masyarakat asal teknologi tersebut.

Contoh sejenis dipaparkan oleh sosiolog Douglas Kellner (1999) berdasarkan pengalaman pribadinya ketika mengunjungi Taiwan.

> *… I experienced its varied dynamics myself one night in Taichung, Taiwan, as I sought a restroom in the midst of the city. While wandering through the space of the local McDonald's—a three-story building within a densely populated urban region—, I noticed that the place was packed with students studying, young people talking, and couples coupling. My host said that in a crowded city, McDonald's was a good site for study and socializing, and the locals were taking advantage of this. Obviously, the social purposes and functions were quite different in Taiwan than in the U.S. which neither encouraged, nor in some cases did they even allow, hanging out and using the site as a study den, or make-out pit. The point is that McDonald's, or any global artefact, has very different meanings and functions in different regions and parts of the world, and a concrete analysis should interrogate local conditions in which consumers provide their own narratives of their site-specific and particular experiences to capture the variety and diversity of meanings of the McDonald's effect. […] My Taiwanese host told me that it was especially young children who sought the McDonald's eating experience, demanding of their parents to take them to McDonald's for special treats or celebrations.*

Apa yang dikisahkan Kellner itu menunjukkan bagaimana kultur lokal Taiwan telah mengubah fungsi-fungsi tertentu dari restoran cepat saji McDonald's menjadi tidak lagi sama persis seperti halnya jika restoran tersebut berada di negeri asalnya, Amerika Serikat. Dengan kata lain, contoh dari Taiwan (juga dari Brazil) itu menunjukkan bahwa dalam budaya-budaya lain, restoran cepat saji McDonald's jauh lebih mungkin untuk berfungsi secara berbeda daripada di negeri asalnya, Amerika Serikat.

Dalam perspektif kajian budaya sebagaimana yang dikemukakan oleh Kellner, kedua contoh tersebut menegaskan pentingnya memfokuskan analisis penggunaan teknologi pada cara para pengguna (*user*/*consumer*) menciptakan makna menurut konsepsi dan praktik budaya mereka sendiri perihal fungsi dan kegunaan teknologi tersebut dalam kehidupan sosial mereka.

> *The McDonald's fast-food chains and other aspects of what Ritzer calls McDonaldization generate a variety of ways specific pleasures, meanings, and effects which a micro analysis of particular forms and experiences of McDonaldization can interrogate. ... people in different countries no doubt experience both McDonald's and McDonaldization in a variety of ways and there are different gender, race, class, and regional differences in the phenomena of fast-food* (Kellner, 1999).

Antropolog Universitas Harvard James Watson, dalam *Golden Arches East: McDonald's in East Asia* (1997), menunjukkan bahwa contoh serupa itu tidak terjadi hanya di Taiwan, tetapi juga di negara-negara Asia Timur lainnya seperti Beijing,

China, dan Hong Kong. Sebagaimana yang dikutip Ritzer (2006: 103-104) dari buku tersebut, McDonald's di Beijing digambarkan (dan dinilai) menjadi lebih manusiawi dibandingkan dengan McDonald's di tempat-tempat lainnya, terutama di Amerika Serikat, karena orang-orang dapat keluyuran di sana, perayaan-perayaan seperti pesta ulang tahun anak-anak merupakan kegiatan yang lebih umum, dan bahkan ada "Bibi McDonald's" yang baik hati yang melayani sebagai resepsionis di restoran. Di Beijing, para pelanggan diizinkan utnuk pelan-pelan menyantap makanan mereka dan mengambil waktu makan kira-kira dua kali lipat dibandingkan dengan pelanggan Amerika.

> *In Beijing, the menu is identical to that in America, but the food is eaten more as snack than a meal. In spite of perceiving the food as a snack, Beijing customers (and those in other nations, as well) often linger for hours rather than eating quickly and leaving or taking their food with them as they depart the drive-through window. Perhaps the biggest difference, however, is that in Beijing, McDonald's presents itself as a local company and as a place to "hang out" and have ceremonies (for example, children's birthday parties) rather than someplace to get in and out of as quickly as possible. Each outlet employee five to ten female receptionists; these "Aunt McDonalds" (Ronald McDonald is known as "Uncle McDonald" in Taiwan) primarily deal with children and talk to parents* (Ritzer, 2004: 179).

Di Hong Kong, seperti dikutip Ritzer (2006: 57) dari Watson, anak-anak muda belasan tahun mengalihkan fungsi restoran cepat saji McDonald's, dengan seizin pemiliknya, selama beberapa jam dalam sehari setelah pulang sekolah, menjadi sebuah *setting* tempat mereka bersosialisasi dengan teman-temannya—menjadi "rumah sore hari" bagi anak-anak itu.

> *McDonald's in Hongkong is more human setting, with customers taking about twice as much time as Americans to eat their food. It is a teenage hangout from three to six in the afternoon, and McDonald's makes no effort to limit table time; it feels more like "home"* (Ritzer, 2004: 179-180).

Di Taipei, seperti halnya di Hong Kong, McDonald's merupakan sebuah markas atau tempat berkumpul bagai para anak baru gede (ABG), semacam rumah kedua bagi mereka.

> *In Taipei, McDonald's is also hangout for teenager. Generally, it is treated as a home away from home; it is "familiar and indigenous". The same customers return over and over and come to know one another quite well* (Ritzer, 2004: 180).

Ada sesuatu yang heroik dari kesimpulan Watson tentang konsumen Asia Timur dan kemampuan mereka untuk menegaskan diri mereka sendiri dalam menghadapi usaha-usaha globalisasi dari McDonald's. Fenomena ini oleh Watson dikomentari sebagai berikut: "konsumer Asia Timur telah dengan diam-diam, dan dalam beberapa kasus dengan keras kepala, mengubah lingkungan McDonald's mereka menjadi institusi lokal" (Ritzer, 2006: 57, 104). Ketika McDonald's diterima sebagai institusi lokal, maka ia menciptakan apa yang disebut oleh Goodman & Cohen (2003: 63) sebagai "*new heterogeneous hybrid locality*".

Tentu saja hal tersebut bertentangan dengan apa yang diinginkan (semula) oleh para pemilik dan manajer restoran-restoran cepat saji itu, tetapi:

meskipun usaha-usaha terbaik dilakukan pihak manajemen, remaja belasan tahun memang memanfaatkan restoran cepat saji sebagai sebuah markas. Secara internasional, retsoran-restoran cepat saji sudah sampai pada sebuah keadaan untuk dimanfaatkan dengan segala cara yang tidak diharapkan. ... di Jepang, remaja belasan tahu, yang hanya memiliki apartemen kecil sebagai tempat untuk mengerjakan pekerjaan rumah mereka, behenti di sebuah restoran cepat saji setelah pulang dari sekolah dan memanfaatkan retsoran tersebut sebagai sebuah tempat untuk bertemu dengan teman-temannya dan mengerjakan pekerjaan rumah mereka. Mereka menghabiskan waktu berjam-jam di sana—sebuah mimpi buruk dari perspektif seorang manajer restoran cepat saji Amerika karena para remaja ini mungkin mempergunakan ruangan di sana untuk waktu yang lama dan mereka termasuk orang-orang yang hanya menghabiskan sedikit uang (Ritzer, 2006: 209-210).[230]

Contoh-contoh mengenai perubahan fungsi teknologi karena penggunaannya pada budaya lain tersebut menegaskan kembali keberlakuan konsep-konsep dari Feenberg (konsep konstruktivisme), Oudshoorn & Pinch (konsep "*co-construction*"), dan Mackay serta Giddings (konsep "*social shaping of technology through consumption*") yang telah dibahas di atas. Para pemikir studi teknologi itu mempostulasikan bahwa konsumer teknologi memiliki kapasitas kreatif untuk menciptakan, menegosiasikan, dan memberikan makna dan kegunaan yang berbeda-beda pada teknologi sesuai dengan praktik-praktik kultural mereka. Maka, kini bukan lagi hal yang langka bila akademisi di bidang ilmu rekayasa (*engineering*) mulai menggunakan teori-teori interpretasi yang dikembangkan oleh ilmu-ilmu humaniora dan menggarisbawahi peran penting pemaknaan (*interpretation*) dalam proses desain teknologi.

Para akademisi di bidang desain sistem komputer seperti Phoebe Sengers dkk. (2004), misalnya, mengatakan bahwa:

The fundamental conundrum of design for interpretation … is that, while technologies can suggest different interpretations, a particular interpretation is never guaranteed—it always depends on the context in which the technology is being interpreted and the often unexpected uses to which it is put. [Therefore], …a process of "co-interpretation" between designer, system [technology], and user is perhaps the best way to understand how meaning occurs (h. 3).

Jadi, pemaknaan atau interpretasi atas suatu teknologi, seperti disimpulkan oleh Sengers, adalah proses yang melibatkan dua elemen sosial, yakni desainer dan pengguna—karena itu disebut "*co-interpretation*". Sebagaimana yang dikatakan oleh Mackay (2005: 1), "*the meanings that are so important for shaping the technology have been developed in and through consumer as well as producer practices*".

Namun, lebih dari sekedar soal pentingnya elemen makna dalam artefak material, modus ketiga dalam teknokultur ini juga menggarisbawahi peran penting *perbedaan budaya pengguna teknologi* dalam memodifikasi fungsi suatu teknologi. Melalui proses pemaknaan dalam penggunaan oleh konsumernya (yang bisa berbeda-beda kultur) itulah fungsi suatu teknologi bisa menjadi tidak sesuai lagi dengan intensi asal penciptanya atau kegunaannya pada masyarakat asal teknologi tersebut.

Penggunaan Teknologi pada Budaya Lain Mengubah Budaya Setempat

Penggunaan teknologi (beserta muatan kultur di dalamnya) pada budaya yang berbeda juga dapat mengubah perilaku dan budaya setempat menjadi lebih serupa dengan budaya asal teknologi itu. Contoh-contoh yang dihimpun dalam *Encyclopædia*

Britannica (2009) mengenai globalisasi makanan cepat saji (baca: McDonaldisasi) berikut ini menunjukkan hal tersebut.

> *Close study of cultural trends at the local level, however, shows that the globalization of fast food can influence public conduct. Fast-food chains have introduced practices that changed some consumer behaviours and preferences. For example, in Japan, where using one's hands to eat prepared foods was considered a gross breach of etiquette, the popularization of McDonald's hamburgers has had such a dramatic impact on popular etiquette that it is now common to see Tokyo commuters eating in public without chopsticks or spoons.*
>
> *In late-Soviet Russia, rudeness had become a high art form among service personnel. Today customers expect polite, friendly service when they visit Moscow restaurants—a social revolution initiated by McDonald's and its employee training programs. Since its opening in 1990, Moscow's Pushkin Square restaurant has been one of the busiest McDonald's in the world.*
>
> *The social atmosphere in colonial Hong Kong of the 1960s was anything but genteel. Cashing a check, boarding a bus, or buying a train ticket required brute force. When McDonald's opened in 1975, customers crowded around the cash regsiters, shouting orders and waving money over the heads of people in front of them. McDonald's responded by introducing queue monitors—young women who channeled customers into orderly lines. Queuing subsequently became a hallmark of Hong Kong's cosmopolitan, middle-class culture. Older residents credit McDonald's for introducing the queue, a critical element in this social transition.*
>
> *Yet another innovation, in some areas of Asia, Latin America, and Europe, was McDonald's provision of clean toilets and washrooms. In this way the company was instrumental in setting new cleanliness standards (and thereby raising consumer expectations) in cities that had never offered public facilities. Wherever McDonald's has set up business, it rapidly has become a haven for an emerging class of middle-income urbanites.*
>
> *The introduction of fast food has been particularly influential on children, especially since so many advertisements are designed to appeal to them. Largely as a consequence of such advertising, American-style birthday parties have spread to many parts of the world where individual birth dates previously had never been celebrated. McDonald's and KFC have become the leading venues for birthday parties throughout East Asia, with special rooms and services provided for the events. These and other symbolic effects make fast food a powerful force for dietary and social change, because a meal at these restaurants will introduce practices that younger consumers may not experience at home—most notably, the chance to choose one's own food. The concept of personal choice is symbolic of Western consumer culture. Visits to McDonald's and KFC have become signal events for children who approach fast-food restaurants with a heady sense of empowerment*.

McDonald's juga telah mempengaruhi kebiasaan makan siang para pekerja Prancis yang memakan waktu lama (mereka diberi kesempatan untuk istirahat dan makan siang hingga dua jam lamanya) menjadi serupa dengan kultur makan siang para pekerja Amerika Serikat yang serbacepat (*Encyclopædia Britannica*, 2009). Hal serupa terjadi pada pekerja Inggris. Seperti dipaparkan oleh Lauren Jacobs (2005), kultur makan serbacepat ala restoran cepat saji McDonald's yang telah menyebar secara global telah mempengaruhi kultur makan pekerja Inggris menjadi serbacepat—jika perlu tetap bekerja selama jam makan siang sambil menyantap *fast food*.

> *When examining its major culinary influences one finds that Britain has taken cues from…America…. Take for example, a standard one hour lunch break. In this time, employees are expected to find and eat food, and return to the office to resume work. However, as the demands placed on professionals increase, it is often necessary for employees to do more than just eat during a lunch hour. As such, eating a quality, traditional lunch is impossible. Likewise, in many offices employees work through the lunch hour while eating a pack lunch, or skip a break altogether.*
>
> *…British food culture promotes the American values of eating whatever food is available quickly like readymade sandwiches. Food is underappreciated in America; eating is often not much more than a necessity. The Americanized lunch break places focus on productivity and less focus on food as a meal or social gathering.*

Sebuah temuan penelitian yang konsisten dengan fenomena McDonaldisasi (yang mengubah kultur lokal di banyak tempat) itu juga disampaikan oleh John Traphagen dan Keith Brown dalam artikel mereka di jurnal *Ethnology* (2002, dalam Fuselier & Moruzzi, 2006), "Fast Food and Intergenerational Commensality in Japan". Temuan itu mengenai perubahan kultur makan orang Jepang. Dalam kultur Jepang, makan memiliki banyak makna kultural—lebih dari sekadar soal mengisi perut. Tradisi makan mereka ialah makan di rumah bersama keluarga. Tradisi ini memungkinkan acara makan menjadi kesempatan untuk "*facilitate human intimacy and warmth*", "*sharing foods between family members and friends*", "*reinforcing emotive bonds among family and friends*", dan "*gives children a rare chance to dine with their fathers*".

Namun, kehadiran restoran makanan cepat saji kemudian mengubah kebiasaan itu menjadi kebiasaan baru, yakni makan di luar rumah (*eating out*) yang cenderung bersifat individual seperti halnya kebiasaan orang Amerika. (Meskipun demikian, akhir-akhir ini ada banyak bukti bahwa orang Jepang memanfaatkan restoran McDonald's dengan cara mereka sendiri, yakni untuk acara makan bersama keluarga [Fuselier & Moruzzi, 2006; Ritzer, 2006: 122]. Dengan demikian, perilaku [kultur] konsumer Jepang, sebagaimana konsumer Asia Timur lainnya yang diceritakan oleh buku James Watson, telah mengubah fungsi [teknologi] restoran cepat saji McDonald's menjadi tidak sesuai dengan fungsi di budaya asalnya). "*By eating like Americans*," demikian Eric Schlosser dalam *Fast Food Nation*, (2002: 240) menyimpulkan, "*people all over the world are beginning to look more like Americans, at least in one respect*".

Perubahan dalam kultur makan orang Jepang tersebut ditunjukkan oleh, antara lain, sangat digemarinya restoran cepat saji McDonald's di Jepang (jumlah gerai McDonald's di Jepang adalah yang terbanyak di luar Amerika Serikat). Hal ini turut menjelaskan terjadinya adopsi nilai-nilai Barat, khususnya Amerika, oleh orang Jepang sebagai bagian dari fenomena globalisasi (teknologi) restoran cepat saji. Tidak heran bila banyak orang Jepang generasi sekarang menganggap McDonald's bukan lagi dianggap sebagai restoran asing. Seperti yang disimpulkan oleh E. Ohnuki-Tierney dalam "McDonald's in Japan: Changing Manners and Etiquette" (1997, dalam Ritzer, 2006: 122), kesuksesan McDonald's di Jepang dibantu oleh kenyataan bahwa restoran cepat saji ini dianggap oleh banyak orang sebagai sebuah jaringan restoran lokal, bukan restoran waralaba dari Amerika Serikat.

Perubahan kultur makan akibat proses McDonaldisasi itu bukan hanya terjadi pada masyarakat Jepang. Banyak contoh sejenis di luar Jepang yang menunjukkan bahwa McDonaldisasi telah mendorong terjadinya perubahan dalam kebiasaan makan masyarakat. Sebagaimana yang disimpulkan Ritzer & Malone (2000: 107):

…the impact of McDonaldization…is likely to lead to changes in the customs of society as a whole. In Korea (and Japan) the individualism of a meal at McDonald's threatens the commensality of eating rice that is cooked in a common pot and of sharing side dishes. As in the United States, McDonald's in Hong Kong has helped to transform children into customers. Immigrants to the city are given a tour that ends at McDonald's! The clear implication is that this is very best Hong Kong has to offer.

Perubahan lain dalam kultur makan orang Jepang ditunjukkan oleh hasil penelitian Fuselier dan Moruzzi, "Effects of Globalization on Japanese Food Culture and Health", yang menjelaskan bahwa sebelum era Restorasi Meiji pada paro akhir abad ke-19 daging sapi pantang untuk dimakan oleh orang Jepang karena alasan keagamaan. Tetapi, sekarang ini orang Jepang sangat gemar mengkonsumsi daging sapi—seperti halnya orang Barat.

Raising cattle for food is a relatively new practice in Japan, and meat-eating was actually banned in Japan until the late 19th century. This meat-eating ban was largely influenced by Buddhism and Shintoism, and permitted the eating of seafood. […] … the rise of eating cattle [associated] with Western globalization. Cattle was consumed in the West at the time, and … the Japanese learned to equate cattle with being modern (or 'Western'), and thus consumed meat to become more 'Western' (or 'modern'). A popular Meiji era aphorism said, 'A man who does not eat beef is an uncivilized man'. Meat clearly represented modernization, and perhaps this explains Japan's sudden eagerness to consume formerly banned meat (Fuselier & Moruzzi, 2006).[]

12

Modus 4: Nostalgia, “Pastiche”, dan “Bricolage”

Modus keempat dalam teknokultur ialah bahwa teknologi yang disebarluaskan secara global ke berbagai tempat dapat memicu reaksi yang berlawanan dalam bentuk munculnya kembali tradisi lokal (bahkan tradisi lokal yang sebelumnya sudah terancam punah bisa berlanjut lagi kehidupannya dan memperoleh eksistensi dan identitasnya kembali).[231] Tentang hal ini, Beyer (1994: 3) berpendapat bahwa: “*the global system corrodes inherited or constructed cultural and personal identities; yet also encourages the creation and revitalization of particular identities as a way of gaining control over systemic power*.” Bahwa globalisasi membawa efek pada menguatnya keinginan untuk kembali kepada yang lokal sebagai basis untuk mengkonstruksi identitas diri di tengah kehidupan kontemporer, hal ini sudah ditegaskan oleh sosiolog Andy Bennett (2005: 69):

> *...a key effect of globalisation in late modernity has been the transformation of the ‘local’ into an even more potent symbol for the construction of identity. The key here is to think of the local not as a bounded physical space, but as a methaporical and discursive construct ... the local has become an increasingly important situating strategy, that is to say, a means through which individuals negotiate their place in contemporary everyday life using ‘a range of locally embedded images, discourses, and social sensibilities centered around the* familiar, *the* accesible *and the* easily recognisable’.

Namun, proses “revitalisasi lokalitas” ini bukan berarti kembali secara total kepada kemurnian tradisi karena ada unsur baru (modern/global) yang terlibat dalam proses tersebut. Hal ini terjadi karena kehadiran teknologi (beserta muatan kulturalnya), yang berbeda dengan teknologi (dan kultur) lokal, pada satu sisi memicu kesadaran masyarakat lokal akan identitas[232] kulturalnya sendiri. Dari “kesadaran akan identitas” ini, masyarakat lokal kemudian bereaksi dengan memunculkan produk-produk (teknologis) yang merupakan hasil penggalian atas tradisi lokal mereka. Sementara, pada sisi lain, proses-proses teknologis yang menyertai pembuatan produk-produk yang beridentitas lokal itu sering kali mengalami perubahan, modifikasi, atau inovasi agar menjadi sesuai dengan prinsip-prinsip modernitas (seperti efisiensi)—modernitas itu sendiri pada hakikatnya kini merupakan karakter dan nilai utama budaya global.

Berikut adalah tipe-tipe dalam modus keempat teknokultur, yakni nostalgia; *pastiche*, *retro*, dan nomadisme identitas; dan *bricolage* (pembagian ini lebih bersifat kategoris daripada esensial, karena itu terdapat tumpang-tindih satu sama lain). Masing-masing akan dijelaskan konsepnya maupun contoh yang dapat membantu mengilustrasikan konsep-konsep itu.

Nostalgia

Buku James Watson, yang telah dikutip di atas, memperlihatkan juga terjadinya modus keempat tersebut. Sebagai contoh, masuknya makanan cepat saji ke Korea Selatan memberikan daya dorong bagi bangkitnya kembali kebiasaan mengunyah buah pinang (Ritzer, 2006: 127). Di Singapura, McDonald's menjual burger-burger *kampung*. Istilah "kampung" merujuk kepada desa-desa lokal di mana kebanyakan orang Singapura dulunya tinggal sebelum dimukimkan kembali dalam gedung-gedung menjulang tinggi yang sekarang begitu umum di sana. Jadi, McDonald's memanfaatkan nostalgia lokal untuk menjual produknya (h. 128).

> *The McDonald's in Singapore offers a 'kampong' burger. ... kampong refers to the villages in which most Singaporeans lived prior to being resettled into high-rise public housing estates, a time which is remembered nostalgically as the 'good old days' when life was much more relaxed and community more organic than today's high-stress living in a globalised economy* (Goodman & Cohen, 2003: 65).

Sosiolog konsumsi George Ritzer (2006) telah mengamati bagaimana produk-produk McDonald's yang telah terglokalisasi (konsep ini telah dibahas pada Bab 9) pun kemudian masih dihadapkan pada tuntutan-tuntutan dari konsumer lokal mereka untuk menyediakan produk yang lebih "bercita rasa lokal". Tuntutan sejenis ini dapat ditafsirkan sebagai suatu upaya untuk memunculkan kembali dimensi lokal dalam kaitannya dengan fenomena globalisasi.

> Beberapa daerah/lokal akan melihat bentuk-bentuk glokal muncul di sekitar mereka—sebagai contoh, dalam kasus McDonald's, ada McSphaghetti di Filipina, McHuevo di Uruguai, McFalavel di Mesir, dan Teriyaki Burger di Jepang—dan merindukan kembalinya bentuk-bentuk lokal yang asli. Sepertinya tidak dipercaya bahwa, sebagai contoh, McDonald's *falafel* atau *teriyaki* mulai memiliki sifat-sifat yang sesuai dengan versi-versi pribumi. Jadi, sebuah rekasi masyarakat lokal terhadap *sandwich* McArabia yang baru di Kuwait dulunya adalah "bukan benar-benar rasa Arab". Beberapa bahkan mungkin dipaksa untuk menggedor masa lalu mereka dalam pencarian praktik-praktik lokal tradisional yang dapat disadarkan dalam usaha untuk menyediakan alternatif-alternatif (Ritzer, 2006: 230).[233]

Fenomena tersebut, sebagaimana disinyalir oleh Beyer dalam kutipan di atas, tidak hanya menunjukkan adanya "perlawanan" terhadap globalisasi, tetapi juga kritisisme terhadapnya. Pemikir globalisasi Roland Robertson, dalam *Globalisation: Social Theory and Global Culture* (1992, dalam Ritzer, 2006: 128), menyebut fenomena kembali kepada lokalitas ini dengan istilah "nostalgia yang disengaja" (*willful nostalgia*). Dalam fenomena nostalgia ini, masyarakat lokal (dalam rangka merespons proses globalisasi) dengan sengaja menciptakan produk-produk yang melekatkan diri mereka sendiri dengan masa lalu yang asli dari khazanah tradisi mereka. Terkait hal ini, Piliang (2003: 208) menyatakan bahwa "mengambil elemen-elemen dari masa lalu—dengan cara dan kombinasi apa pun—berarti mengambil sekaligus kode-kode kultural yang ada di balik realitas masa lalu tersebut".

Konsep lain yang juga relevan dengan tipe nostalgia ini ialah gagasan yang dikembangkan oleh semiotikawan Umberto Eco. Cara Eco (dalam Piliang, 2008: 189) melihat fenomena "kembali kepada tradisi lokal" lebih kurangnya mirip dengan gagasan Roland Robertson mengenai "nostalgia yang disengaja", yakni sebagai suatu bentuk

patronisasi ke masa lalu. Fenomena itu disebut Eco sebagai “realisme rekonstruksi” (*realism of reconstruction*), yaitu replika murni atau duplikasi dari kebudayaan atau karya masa lalu. Rekonstruksi realitas atau objek-objek masa lalu, atau yang Eco sebut juga sebagai “reproduksi ikonik (*iconic*)”, itu “dilandasi oleh alasan-alasan nostalgia sebagai akibat dari realitas [otentik] yang [sudah] hilang” (*ibid*: 137). Eco mencontohkannya dengan Disneyland, dengan kantor *sheriff*, salon, bar, *cowboy*, dan lain-lain yang merupakan replika dunia *cowboy* masa lalu.

Tetapi, dalam *Tamasya dalam Hiperealitas* (2009), Eco mengembangkan gagasan mengenai realisme rekonstruksi itu menjadi lebih mendekatin gagasan para pemikir pascamodernisme, khususnya gagasan filsuf pascamodernisme Jean Baudrillard mengenai simulasi dan hiperealitas. Dalam contoh mengenai Disneyland tersebut, Eco mengatakan bahwa lebih dari sekedar duplikasi atau tiruan masa lalu, Disneyland adalah “fantasi yang benar-benar direproduksi”. Dalam pengertian ini, Disneyland adalah satu bentuk hiperealitas. (Hiperealitas ialah tiruan, kopi, atau reproduksi dari sesuatu yang sudah tercabut dari realitas sosial masa lalunya, atau sama sekali tak mempunyai realitas sosial sebagai referensinya [Piliang, 2008: 136]).

> Disneyland ... menyajikan rekonstruksinya [atas masa lalu] sebagai karya agung falsifikasi, mengingat apa yang mereka jual adalah komoditas yang asli, bukan reproduksi. Apa yang dipalsukan merupakan apa yang akan kita beli, yang kita anggap sebagai sesuatu yang nyata; dan dalam pengertian ini, Disneyland benar-benar merupakan saripati dari ideologi konsumer. (Eco, 2009: 75) .

Dalam konteks Indonesia, fenomena nostalgia atau kembali ke akar budaya bisa ditemui pada banyak aspek kehidupan, mulai dari kuliner hingga *fashion*, dari komunitas lensa manual hingga penikmat karawitan Sunda. Pesawat radio tua juga menawarkan suasana nostalgia. Ketika zaman berganti dan beragam model pesawat radio bermunculan, romantisisme terhadap radio tua justru menguat. Radio tua dengan bunyi keresek-kereseknya itu kini menjadi *klangenan* sejumlah kalangan, di antaranya adalah sebuah komunitas pencinta radio tua di Bandung yang menghimpun diri dalam Komunitas Radio Antik Bandung (KRAB) (lihat *Kompas*, 2009a).

Masih dari Bandung, suasana kembali ke akar budaya dihadirkan oleh RRI Bandung lewat Programa 4 yang menampilkan *kliningan* dari grup karawitan Sunda Lokantara Budaya (lihat *Kompas,* 2010a). Ketika suara pesinden meliuk-liuk dalam tembang Sunda ”Kembang Sorga”, misalnya, itu seperti membawa pendengar melayang ke alam Pasundan. Di tengah kepungan industri musik global sekarang ini, ketika anak-anak muda lebih senang dengan musik Barat, acara radio yang bisa ditangkap lewat *audio streaming* di internet itu ternyata mendapat respons pendengar bukan saja dari Bandung dan Jawa Barat, tetapi juga dari luar wilayah itu, seperti Lampung, Bengkulu, Banjarmasin, bahkan juga di Malaysia, Singapura, Belanda, dan Jerman. Bahkan, para penikmat karawitan Sunda itu sangat loyal. ”Sekali saja kami tidak siaran, mereka bisa marah-marah,” kata pengelola Programa 4 RRI Bandung. Begitulah, melalui musik karawitan, *kliningan,* warga Sunda bisa mengekspresikan diri lewat budaya sendiri.

“Pastiche”, “Retro”, dan Nomadisme Identitas

Dalam diskursus kebudayaan pascamodern, fenomena “nostalgia” atau kembali pada tradisi dan lokalitas sebagaimana yang diilustrasikan dalam buku Watson dan

dikonseptualisasikan oleh Robertson tersebut, barangkali sejajar dengan konsep *pastiche*,[234] yakni imitasi bentuk-bentuk masa lalu dalam rangka mengangkat dan mengapresiasinya (Piliang, 2006: 89). *Pastiche* menjadikan teks, karya, atau gaya masa lalu sebagai rujukan atau titik berangkat dari proses duplikasi, revivalisme, atau rekonstruksi, sebagai ungkapan dari simpati, penghargaan, atau apresaiasi (Piliang, 2008: 191). Dalam bahasa semiotika (lihat uraian lengkap tentang semiotika pada Bagian 3), *pastiche* berarti mengambil bentuk-bentuk teks atau bahasa estetik dari berbagai fragmen sejarah, sekaligus mencabutnya dari semangat zamannya, dan menempatkannya ke dalam konteks semangat zaman masa kini.

Gagasan *pastiche* sebagai praktik pascamodernisme, secara praktis ataupun karakteristik, paling kentara dijumpai dalam tulisan Frederic Jameson, "Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism" [1984]—meskipun banyak kronika pascamodernitas lain yang menggunakan *pastiche* sebelum Jameson. Walaupun *pastiche* bukanlah fenomena baru dalam estetika, akan tetapi, seperti disebut Piliang (2008: 190), dalam diskursus kebudayaan pascamodern *pastiche* menjadi salah satu bahasa estetik yang dominan. Piliang (2006: 88-90) menyatakan bahwa kecenderungan terjadinya *pastiche* merupakan implikasi dari berbagai perkembangan di dalam dunia sosial zaman pascamodern. Perkembangan ini memengaruhi relasi di antara kelompok–kelompok gaya hidup, dan selanjutnya relasi ini diaktualisasikan melalui dunia objek, citra, dan tanda-tanda.

Dalam pandangan Jameson (1984, dalam Barnard, 2009: 232), diskursus tentang *pastiche* ini terkait erat dengan apa yang disebutnya sebagai nostalgia atau "*la mode retro*" dan pada tempat yang dianggapnya menjadi asal mula gagasan tentang simulakra (*simulacrum*) yang dalam wacana pascamodernisme dipopulerkan oleh Baudrillard melalui bukunya, *Simulations* [1981]. Jameson menyatakan bahwa semua produksi budaya adalah produksi imitasi gaya masa lalu. Proses imitasi atau nostalgia ini diartikulasikan melalui berbagai bentuk komoditas dan selera komersial; dan dimaksudkan sebagai upaya untuk "menguatkan kembali gaya masa lalu sebagai upaya untuk menjalani masa kini". Menurut Jameson, nostalgia, atau *retro*, kini merupakan upaya sosial kolektif, dan merupakan salah satu karakteristik pascamodernitas (*ibid*: 233).

Salah satu contoh *pastiche* dalam kebudayaan pascamodern adalah Las Vegas, Amerika Serikat. Seperti yang dilukiskan oleh Robert Venturi dkk. dalam *Learning from Las Vegas* (1989, dalam Piliang, 2008: 190), Las Vegas adalah kota *pastiche*. Arsitektur kota ini menggunakan "bahasa fosil", yang dapat dilihat dari berbagai komponennya, mulai dari Alladin Casino, Golden Nugget Hall, Sahara Hotel, sampai pada Caesars Pallace. Di Las Vegas dapat disaksikan suatu sintesis dari berbagai unsur dan gaya: Mesir Kuno, Roman, Renaisans, *cowboy*, dan lain-lain.

Contoh lain, yang selalu sesuai dengan uraian tentang *pastiche*, adalah *fashion* (busana atau pakaian). Seperti dikemukakan Baudrillard dalam *Symbolic Exchange and Death* (1993, dalam Barnard, 2009: 233), "*fashion* selalu *retro*"; *fashion* selalu merupakan "daur ulang total dan langsung dari masa lalu". *Fashion* meraih reputasi karena "merampas" gaya masa lalu dan budaya lain untuk memunculkan gaya *novel* (baru), yang sering di antaranya dengan sedikit pemahaman atau respek atas masa lalu dan budaya lain. Dalam *book chapter* "Fashion and the Postmodern Body" (*Chic Thrills: A Fashion Reader*, 1992, dalam Barnard, 2009: 234), E. Wilson melukiskan dengan baik bekerjanya industri *fashion* sejak tahun 1960-an hingga kini sebagai suatu *pastiche* atau *retro*. Misalnya, dikemukakan bagaimana

pada 1989 desainer Prancis Martine Sitbon memperkenalkan versi *pastiche* atau "*retrochic*" *fashion* 1970-an yang merupakan *pastiche* 1940-an. Wilson juga mencatat bagaimana katalog *Liberty* pada awal abad kedua puluh mengiklankan gaun dalam bermacam gaya "bersejarah": Mesir, Abad Pertengahan, Elizabeth, Madame de Pompadour (*ibid*: 235).[235]

Terkait dengan konsep *pastiche* ini, Charles Jencks, dalam *The Language of Postmodern Architecture* (1977, *ibid*: 189), membedakan antara konsep historisisme (*historicism*) dan revivalisme (*revivalism*). Historisisme adalah pengombinasian dari berbagai unsur, gaya, atau subsistem yang ada (yang ada dalam konteks sebelumnya) untuk digunakan dalam suatu sintesis baru. Sedangkan revivalisme adalah "satu bentuk substitusi, yaitu pengambilalihan posisi satu periode yang dipertahankan, bukan dalam bentuk kontinuitas yang kreatif dari tradisi, bukan pula duplikasi murni". Jencks, dalam hal ini, mengklasifikasikan *pastiche* sebagai bagian dari revivalisme.

Paparan ihwal *pastiche* tersebut menunjukkan bahwa fenomena menguatnya entitas lokal seiring penyebarluasan entitas global tersebut tidak selalu bermakna sebagai revitalisasi identitas kultur lokal yang otentik—sebagaimana yang digambarkan oleh contoh dari Watson atau dikonseptualisasikan oleh Robertson. Perspektif pemikiran pascamodernisme melihat secara berbeda terhadap fenomena itu. Alih-alih merupakan suatu bentuk penguatan identitas lokal atau—dalam istilah Umberto Eco—"patronisasi ke masa lalu", fenomena "kembali pada tradisi lokal" (yang oleh kalangan pascamodernis diistilahkan sebagai "*pastiche*") itu oleh mereka dilihat lebih sebagai sesuatu yang bersifat artifisial, yaitu penciptaan tanda, citra,[236] dan gaya[237] dengan motif sekadar untuk berbeda saja (*difference*).[238] Piliang (2006: 89-90), menegaskan hal ini:

> Kecenderungan kembali ke masa lalu (*pastiche*) diperlihatkan oleh pelbagai upaya memungut kembali pelbagai bentuk, wujud, pola, dan gaya dari pelbagai sumber masa lalu. Kebosanan terhadap penjara teknologisme, industrialisme, dan konsumerisme mendorong pelbagai kelompok masyarakat untuk kembali pada gaya hidup primitivisme…. Meskipun demikian, kembali ke masa lalu di sini tidak dapat diartikan sebagai sebuah cara kembali kepada genus (*back to basic*), dalam pengertian orang yang mempunyai akar budaya tertentu memperkuat ikatan primordialnya terhadap budaya yang hilang tersebut, dalam rangka memperkuat identitasnya. Kembali ke masa lalu di sini lebih bersifat artifisial, disebabkan masa lalu itu kini menjadi milik siapa saja, yang bebas mengklaimnya sebagai bagian dari identitas (temporer)-nya.

Jadi, dalam perspektif pascamodernisme, *pastiche* dibangun bukan terutama untuk menunjukkan identitas (kelompok sosial/kultural, gaya hidup) yang otentik, melainkan lebih sebagai upaya untuk menciptakan perbedaan demi perbedaan itu sendiri. Inilah kondisi yang disebut Gilles Deleuze dan Felix Guattari, dalam *Nomadology: The War Machine* (1986, dalam Piliang, 2006: 90), sebagai "nomadisme identitas", yaitu kecenderungan untuk merayakan perpindahan, ketidakberakaran, dan diskontinuitas identitas kultural.[239] Dalam nomadisme identitas ini, identitas tidak lagi bersifat esensial sebagai semata-mata kontinuitas atau tradisi seperti pada masyarakat tradisional, melainkan dibentuk secara kultural melalui praktik sosial sehari-hari.

Menyitir pendapat antropolog James Clifford dalam *The Predicament of Culture*, Piliang (1998) berargumen perihal ketidak-esensial-an identitas dalam wacana pascamodernisme ini.

> Perbedaan kebudayaan tidak lagi merupakan perbedaan yang stabil dan eksotik. Hubungan aku/engkau dalam kebudayaan kini merupakan masalah retorika ketimbang esensi. Di dalam pluralisme semacam ini, pencarian terhadap keotentikan dan keutuhan identitas

> merupakan upaya sia-sia. Hal ini...disebabkan kebudayaan dan identitas tidak saja ... bersifat inventif dan *mobile*, akan tetapi juga sinkretis dan kreatif. Bagaimanapun eksotisnya suatu kebudayaan, ia tidak akan dapat lagi mengelakkan diri dari jaringan informasi global, yang pada gilirannya akan mengusik dan memengaruhi keutuhan, integritas, dan orisinalitasnya (h. 166-167).

Clifford melihat bahwa dalam era yang disebutnya sebagai "pluralisme kebudayaan" dewasa ini, atau yang disebut juga sebagai kondisi pascamodern, identitas tidak dapat lagi terpancang statis pada satu titik primordial masa lalu seperti pada masyarakat tradisional. Identitas secara etnografis harus selalu bersifat interaktif, relasional, dan inventif (Piliang, 1998: 166). Fenomena ini disebut oleh Clifford sebagai "sinkretisme identitas". Sinkretisme identitas itu terjadi karena masyarakat memasuki dunia yang satu sama lainnya telah bersatu disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi dewasa ini sehingga:

> ...setiap orang—dalam kepekatan tertentu—tak otentik lagi: dijepit di antara dua kebudayaan yang berbeda; terlibat secara interaktif dan dialogis dengan kebudayaan lain, suatu kebudayaan tidak bisa lagi mempertahankan integritas struktural dan normatifnya yang utuh (Piliang, 1998: 166).

Itu sebabnya, pembentukan identitas dalam era pluralisme kebudayaan—atau era kapitalisme akhir (*late capitalism*) yang bersifat mengglobal—ini sama artinya dengan penegasan akan konsep diri yang pluralis, multidimensional, dan beraneka segi. Tersedianya beragam kebudayaan berikut kemungkinan pengkombinasiannya yang tanpa batas di dalam era ini selanjutnya memungkinkan seseorang untuk menjadi apa saja: menjadi orang dengan identitas yang berbeda-beda. Dengan menjadikan komoditas dan citraan sebagai refleksi diri, konsumer era kapitalis mutakhir dijerat untuk mengidentifikasikan dirinya dengan citraan komoditas tersebut, dan ini sekaligus menjerat mereka dalam perubahan abadi identitas, sesuai dengan irama perubahan komoditas itu sendiri. Pergantian identitas dalam kecepatan tinggi ini dimungkinkan oleh karena di dalam wacana pluralisme terbuka lebar pintu bagi reinterpretasi kebudayaan dan identitas, sebagai pemenuhan tuntutan diferensi dalam sistem produksi komoditas kapitalisme (*ibid*: 167).

Bagi pemikir kajian budaya Stuart Hall (dalam Piliang, 1998: 160), perbincangan mengenai identitas tak lain dari perbincangan tentang perubahan abadi. Identitas, kata Hall, tidak pernah sempurna, selalu dalam proses, dan selalu dibangun dari dalam. Identitas kebudayaan adalah suatu proses menjadi (*becoming*), ia bukan sesuatu yang telah ada (*being*) melampaui waktu, tempat, sejarah, dan kebudayaan. Identitas memiliki sejarah, dan seperti apa pun yang memiliki sejarah, ia mengalami perubahan terus-menerus. Jalan berliku untuk memahami identitas ini dimetaforakan oleh Ruherford (1990, *ibid*), yang diinspirasi oleh novel karangan Lawrence of Arabia, *The Seven Pillars of Wisdom*, sebagai "perjuangan mengarungi padang pasir".

> perjuangan identitas di dalam wacana pluralisme bagaikan perjuangan mengarungi sebuah padang pasir. Padang pasir adalah sebuah metafora kebudayaan bagi perjuangan identitas—dalam merepresentasikan batas marinal sebuah kebudayaan, pengetahuan serta nilai-nilai yang menopangnya dalam wacana pluralisme; representasi ini sekaligus menjadi tempat lenyapnya orisinalitas kebudayaan tersebut. Inilah yang dialami seseorang di padang pasir—sorang seperti Lawrence, di sana menjadi bukan Inggris, bukan pula Arab; ia bukan putih/hitam, Barat/Timur, superior/inferior. Padang pasir merupakan metafora bagi peleburan identitas kebudayaan (h. 163).

Di tengah padang pasir (pluralisme), kata filsuf pascamodernisme asal Prancis Jean Baudrillard[240] dalam *America* (1991, dalam Piliang, 1998: 163), orang akan kehilangan orisinalitas identitas atau identitas esensialnya. Lebih jauh, seperti ditegaskan oleh Piliang (*ibid*), di dalam era pluralisme kebudayaan atau kapitalisme global ini:

> Pencarian identitas adalah sebuah pengembaraan tanpa akhir, yang di dalamnya (diharapkan) tidak ada satu representasi identitas yang dominan. Semua wacana identitas bergerak di dalam satu ruang yang satu sama lain berinteraksi dan bahkan saling menetralisasi. Wacana kapitalisme global adalah sebuah panggung, yang di atasnya terjadi perang posisi dan pencarian identitas yang tidak henti-hentinya. Identitas dibangun sebagai fungsi dari proses konsumsi komoditas dan citraan-citraan melalui media massa yang menyertainya, dengan segala hukum kecepatan dan percepatannya, dan dengan demikian tidak bisa bersifat statis lagi. Identitas dibangun berdasarkan apa yang disebut "filsafat diferensi"—pengakuan keserbaragaman dan sekaligus ketidakberpihakan (h. 164).[241]

Munculnya fenomena ini, dalam pandangan David Chaney (2006), menandai "akhir modernitas", yakni lahirnya suatu era konsumerisme[242] massa dan gaya hidup[243]—zaman ketika hal-hal yang bersifat "penampakan luar" atau permukaan (baca: ketidakberakaran identitas kultural) dipandang lebih penting daripada substansi (baca: keberakaran identitas kultural). Dalam analisis Chaney (2006: 185), tema tampakan luar memang menjadi perhatian utama bagi gaya hidup. Spirit penampakan luar ini menunjukkan pentingnya penampilan–cara-cara objek, tempat, atau orang menghadirkan dirinya atau dihadirkan. Inilah zaman ketika semua yang orang miliki akan menjadi komoditas budaya tontonan (*a culture of spectacle*). Semua orang ingin menjadi penonton dan sekaligus ditonton. Ingin melihat tapi sekaligus juga dilihat. Di sinilah gaya mulai menjadi modus keberadaan manusia modern: "kamu bergaya maka kamu ada!" Dalam zaman gaya hidup ini, demikian dikatakan Mike Featherstone dalam *Consumer Culture and Postmodernism* (1991, dalam Ibrahim, 2006: 15-16), kehidupan sehari-hari mengalami estetisasi, "estetisasi kehidupan sehari-hari".

Lebih lanjut, dengan menyitir pendapat David Harvey dalam *The Condition of Post-modernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change* [1989], Strinati (2009: 338) mengemukakan pandangan bahwa di dalam dunia pascamodern, tampilan permukaan dan gaya lebih penting daripada substansi, "citraan mendominasi narasi". Argumennya adalah bahwa:

> ...kita semakin sering mengkonsumsi citra maupun tanda itu sendiri dan bukannya "manfaat"nya atau nilai-nilai lebih dalam yang mungkin disimbolisasikan. Kita mengonsumsi citra dan tanda karena kesemuanya itu memang [sekedar] citra dan tanda, dan mengabaikan pertanyaan tentang nilai dan kegunaan. Hal ini tampak nyata pada budaya populer itu sendiri ketika permukaan dan gaya, tampakan sesuatu, dan sifat main-main dan senda gurau, dikatakan mendominasi dengan mengorbankan isi, substansi, dan makna. Sebagai akibatnya, sifat-sifat seperti kelebihan artistik, integritas, keseriusan, otentisitas, realisme, kedalaman intelektual, dan narasi yang kuat cenderung diabaikan.

"Bricolage"

Karya-karya *pastiche*, yang menjadikan masa lalu sebagai patron, didorong oleh apa yang dimaksud oleh antropolog strukuralis asal Prancis Levi-Strauss, dalam *The Savage Mind* [1966], sebagai semangat *bricolage*—yang menekankan aspek-aspek yang tampak permukaan dari objek-objek sejarah daripada nilai transendentalnya (Piliang, 2008: 188).[244] Levi Strauss (1966, dalam Barnard, 2009: 236-237) menyatakan bahwa

bricolage berarti menggunakan “sisa-sisa dan puing-puing” karya, “bukti sejarah yang memfosil dari individu maupun masyarakat” untuk mengonstruksinya. Konstruksinya—pada saat ini—selalu terbuat dari bahan-bahan yang sudah digunakan pada masa lalu: *bricolage* adalah rekonstruksi lanjutan dari bahan yang sama, bahan yang selalu digunakan sebelumnya. Oleh sebab itu, *bricolage* melibatkan kombinasi ulang unsur secara terus-menerus. Unsur itu bisa saja terbatas jumlahnya tetapi selalu baru, sehingga mampu bertahan dalam relasi lanjutan dengan keseluruhan bagian. Perubahan dalam relasi membuat unsur tertentu dapat memengaruhi semua unsur yang ada di dalam struktur dan mengubah makna tiap-tiap bagiannya.

Dalam perkembangannya kemudian, konsep *bricolage* masuk dalam diskursus kajian budaya; misalnya dalam sebuah *book chapter* yang ditulis oleh J. Clarke bertajuk “Style” (*Resistance Through Ritual*, 1976, dalam Barker, 2004: 340-341). Clarke mendefinisikan *bricolage* sebagai suatu penataan ulang dan rekontekstualisasi objek sehingga objek tersebut mampu mengomunikasikan makna-makna yang segar. Jadi, dalam semangat *bricolage* ini terdapat suatu proses “meremajakan kembali suatu tradisi” (*rejuvenation of tradition*). Suatu objek yang telah membawa makna simbolis tertentu yang telah mengendap sebagai tradisi, kemudian dimaknai ulang dalam kaitannya dengan artefak lain dalam suatu konteks baru. Di sini terjadi representasi yang ditampilkan secara bersamaan antara elemen (-elemen) masa lalu dan masa kini. Dalam bahasa semiotika, proses ini dapat dikatakan sebagai ”memperhadapkan tanda-tanda yang sebelumnya tidak saling terkait untuk memproduksi suatu kode makna baru” (*ibid*: 158).

> *Bricolage* sebagai suatu gaya budaya merupakan elemen kunci dalam budaya pascamodern dan dapat diamati dalam arsitektur, film, dan video musik pop. Pusat perbelanjaan telah menjadikan perpaduan gaya dari kurun waktu dan tempat yang berbeda sebagai suatu ’merek dagang’, sementara MTV dicatat karena mencampur musik pop dari berbagai kurun waktu dan lokasi. Juga terjadi cukup banyak keruntuhan atau kaburnya sekat *genre* dalam produk budaya (Barker, 2004: 158).

Dalam perspektif kajian budaya Inggris yang dipengaruhi secara kuat oleh teori Gramscian, *bricolage* dipandang sebagai artikulasi tema-tema perlawanan kelompok-kelompok subordinat terhadap budaya hegemonik melalui penggayaan budaya material dan “ritual” tertentu. Dalam konteks ini, seperti yang dapat disimpulkan dari pemikiran Stuart Hall dan T. Jefferson dalam *Resistance Through Rituals* (1976, dalam Barker, 2004: 340, 372), gaya dibaca sebagai bentuk perlawanan simbolis yang dibangun di atas wilayah perjuangan hegemonik dan kontra-hegemonik. Namun, ia adalah bentuk perlawanan yang terbatas karena sumber daya simbolis tidak dapat mengatasi atau mengubah secara langsung kondisi riil ketimpangan sosial.

Dalam pandangan Barnard (2009: 237), konsep tentang *bricolage* tersebut memiliki beberapa kemiripan dengan konsep *pastiche*, sebagaimana yang dikonsepsikan oleh Jameson. *Bricolage* pun tampak memiliki ciri-ciri tertentu yang sama dengan konsep *retro*. *Pastiche* dan *retro*, seperti halnya *bricolage*, sama-sama mengacu pada masa lalu; sama-sama melibatkan pandangan atas materi dan gaya yang digunakan pada masa lalu. Namun, ada perbedaan yang jelas antara *bricolage* dan *pastiche*—meskipun perbedaan antara *bricolage* dan *retro* amat sulit diidentifikasi. *Bricolage*, seperti halnya *retro*, berimplikasi pada penciptaan makna dari bahan dan gaya yang diambil dari masa lalu. Tetapi, *pastiche* tidak menciptakan makna baru; *pastiche* hanyalah nihilistik, setidaknya menurut versi Jameson. Jameson menyatakan bahwa *pastiche*

adalah parodi tanpa energi satir. Sedangkan *bricolage* memiliki motif; *bricolage* tertarik untuk menciptakan makna baru. *Retro* juga tidak memiliki karakter nihilistik seperti *pastiche*-nya Jameson.

Relevan kiranya untuk dikemukakan di sini pandangan Baudrillard, sebagaimana yang disitir oleh Douglas Kellner dalam *Art & Design* (1990, dalam Piliang, 1998: 303), mengenai komoditas dalam wacana pascamodernisme. Baudrillard mensinyalir bahwa modernisme tidak lagi mampu memberikan jawaban atas kebutuhan masyarakat konsumer[245] dewasa ini akan diferensi (rasa perbedaan atau identitas) melalui kebaruan dan kemajuan dalam estetika komoditas. Dalam kenyataannya, menurut Baudrillard, tidak ada lagi referensi untuk bentuk—karena semuanya telah pernah dibuat. Batas terjauh dari kemungkinan ditemukannya bentuk baru telah dicapai. Kini, yang tersisa hanyalah kepingan-kepingan historis. Hal yang masih tersisa untuk dilakukan adalah bermain dengan kepingan-kepingan itu. Bermain dengan kepingan-kepingan historis, itulah pascamodernisme.

Pengembaraan estetik ke masa lalu, tampaknya, itulah satu pilihan yang ditawarkan oleh model produksi dan komoditas di dalam masyarakat pascaindustri (*postindustrial society*)[246] (yang dalam hal ini berarti juga masyarakat pascamodern) untuk menjawab kebutuhan masyarakat konsumer akan diferensi, penampakan, dan *fashion*. Karena masyarakat konsumer membutuhkan diferensi, *fashion*, dan perubahan terus-menerus penampakan dalam tempo dan percepatan yang tinggi, sedangkan modernisme tak mampu lagi untuk sepenuhnya menjawab kebutuhan ini, maka kini yang diproduksi bukan lagi realitas melainkan fantasi dan nostalgia.

Proses produksi semacam itu disebut oleh Baudrillard, dalam *Simulation* (1981, *ibid*: 304), sebagai ”simulasi” (*simulation*).[247] Istilah ini digunakan oleh Baudrillard untuk menjelaskan model produksi berbagai komoditas dan kebudayaan massa di dalam masyarakat konsumer. Simulasi tidak lagi berkaitan dengan duplikasi ada (*being*) atau substansi, melainkan penciptaan melalui model-model dunia nyata. Efek, keadaan, atau pengalaman kebendaan dan ruang yang dihasilkan dari proses simulasi ini disebut sebagai hiperealitas (*hiperreality*).[248] Dunia hiperealitas adalah dunia yang disarati oleh silih bergantinya reproduksi apa yang dikatakan oleh Baudrillard sebagai *simulacrum*, yakni objek-objek yang tak punya referensi realitas sosial, objek-objek yang dibuat di atas kerangka meleburnya realitas dengan fantasi dan nostalgia, sehingga perbedaan satu sama lainnya sulit dibedakan. Reproduksi nostalgia terjadi karena tanda dan realitas (yang esensial atau substansial) telah hilang, sebagai akibat dari kondisi modernitas yang menjadikan manusia terasing dari akar kebudayaannya sendiri (*ibid*: 305).

Demikianlah, seperti dikatakan Piliang (1998: 36), hasrat akan citraan dan perbedaan (demi identitas) telah menggiring masyarakat kontemporer pascaindustrial, masyarakat pascamodern, untuk berpacu dalam pencariannya—meski dalam proses ini tak jarang mereka (justru) harus menelusuri masa lampau.

> Ketika tempo persaingan untuk memperoleh perbedaan citra ... semakin tinggi, sementara ide-ide baru yang ditawarkan semakin langka, maka masyarakat kontemporer kita mulai mencari pintu pintu-pintu perbedaan yang lain. Pintu pertama adalah pintu dekonstruksi. Berbagai bentuk adat ... didekonstruksi sekedar agar bisa tampil berbeda. Pintu kedua adalah pintu *pastiche*, atau tamasya ke masa lalu. Masyarakat kontemporer kita menoleh ke masa lalu, dan kemudian tamasya di antara puing-puing idiom, penampakan, bentuk, mitos, atau gaya-gaya masa lalu, supaya dapat tampil berbeda di hadapan idiom-idiom modernisme yang telah berada dalam kondisi koma. Inilah yang kemudian menjadi idiom-idiom pascamodernisme (*ibid*: 36).[]

5

Teknokultur Makanan

Contoh Aplikasi pada Praktik (Wisata) Kuliner di Bandung

Various individual, cultural, historical, social, and economic influences shape our food choices. Our food choices, like various other cultural expressions and practices, offer insights on how we present ourselves, shape our identities, define our membership, and express our distance from others. Changes in food preferences may also reflect changes in broader cultural perceptions and practices. [...] Food is more than a basic source of nutrients; it is also a key component of our culture, central to our sense of identity. Identities, however, are not fixed social constructs, but constructed and reconstructed within given social formations reflecting the existing and imagined structural constraints and lived experiences of subjects.

Mustafa Koc & Jennifer Welsh, “Food, Foodways and Immigrant Experience”, 2002.

Prolog

Tujuan bagian ini adalah untuk menerapkan empat modus teknokultur dalam sejumlah contoh konkret dari praktik kuliner,[249] khususnya praktik (wisata) kuliner di Bandung. Praktik kuliner dipilih sebagai contoh aplikasi karena, sebagaimana yang dikatakan Lim (2008: 134), ia merupakan contoh yang baik untuk menunjukkan pertautan teknologi dengan budaya (baca: teknokultur) karena mengolah makanan, menyajikannya, dan cara menyantapnya adalah ihwal budaya—yakni suatu *way of life* yang sarat dengan nilai dan makna—yang mengikutsertakan teknologi. Pada sisi lain, untuk makan—hal yang paling mendasar dalam hidupnya—manusia pada umumnya sudah menggunakan teknologi, mulai dari menyiapkan bahan-bahan masakan, memasaknya menjadi makanan, menyajikannya, hingga menyantapnya.

Sedangkan Bandung dipilih karena berdasarkan pengamatan empirik sehari-hari—meski tidak sistematis—selama lebih kurang sepanjang tahun 2009, saya menemui fenomena heterogenitas sekaligus homogenitas dalam praktik kuliner di kedua kota itu. Fenomena ini, dilihat dari perspektif teori teknokultur, tampaknya terbentuk oleh pertemuan antara yang lokal dan yang global, antara yang tradisional dan yang modern. Fenomena heterogenitas dan homogenitas kuliner itulah (meski hanya merupakan sebagian dari keseluruhan wacana teknokultur kuliner) yang saya jadikan indikasi untuk menetapkan praktik (wisata) kuliner di Bandung sebagai contoh aplikasi dari kajian teoretik mengenai teknokultur ini. Kebetulan, Bandung adalah kota yang dalam beberapa tahun terakhir ini memang dikenal sebagai destinasi wisata kuliner[250]—selain wisata belanja—utama bagi wisatawan domestik dari kawasan Jakarta (termasuk Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi—Bodetabek), khususnya pada saat akhir pekan atau libur panjang.

Meskipun diinspirasi oleh pengamatan empirik, tetapi data mengenai praktik (wisata) kuliner di Bandung untuk contoh aplikasi tersebut—baik tekstual maupun visual—saya himpun dari sumber-sumber media massa, seperti media cetak—sebagian besar dari *Kompas* (rubrik “Jalan-jalan” dan “Santap”)—dan juga dari media elektronik (*website, blog*) sebagai data pendukung. Pilihan atas media-media cetak tersebut semata-mata karena media-media itulah yang paling sering saya baca. Demikian pula jenis-jenis kuliner yang diangkat sebagai contoh, pilihannya didasarkan semata-mata pada informasi yang saya peroleh dari media-media massa tersebut, sehingga ragam jenisnya tidak sampai tuntas menyeluruh, namun tetap diharapkan dapat menampilkan gambaran empirik berlakunya modus-modus teknokultur.

Metode itu mengikuti apa yang disebut oleh Alvin Gouldner, dalam *The Dialectic of Ideology and Technology* (1976, dalam Kellner, 1999), sebagai “sosiologi suratkabar” (*newspaper sociology*). Dalam metode ini, isi artikel suratkabar diasumsikan dapat merepresentasi fakta sosial (pembahasan mendalam mengenai artikel sebagai jenis tulisan yang bersandar pada fakta dapat dilihat di Marahimin [1994: 250-402]). Aspek yang ditekankan oleh metode ini adalah representasi ihwal *fenomena sosial*-nya, bukan keterwakilan jumlah datanya, karena tujuan yang hendak dicapainya adalah pemahaman (*verstehen*), yakni menemukan makna suatu kejadian atau praktik sosial dalam konteks sosial tertentu.

Dengan metode "sosiologi suratkabar" itu, berbagai artikel informatif, *feature*, dan berita mengenai praktik (wisata) kuliner di Bandung dihimpun dan kemudian dikutip isinya sebagai ilustrasi empirik untuk mendukung kerangka analitik (baca: modus-modus teknokultur) yang dikembangkan dalam kajian ini. Meskipun data untuk contoh aplikasi teori teknokultur ini dihimpun "hanya" dari sejumlah artikel kuliner yang dipublikasikan beberapa suratkabar, tetapi diasumsikan di sini bahwa artikel-artikel itu dapat merepresentasi fakta sosial mengenai praktik (wisata) kuliner di Bandung. Analisis terhadap praktik kuliner yang dipublikasikan dalam artikel-artikel tersebut dimaksudkan untuk "membuktikan" keberlakuan teori teknokultur dalam tataran praktik sosial. Penerapan modus-modus (analitik) teknokultur terhadap praktik kuliner akan dapat menghasilkan interpretasi yang bersifat kritik budaya untuk menyingkap dimensi-dimensi ideologis yang tersembunyi dalam budaya massa kontemporer. Pada akhirnya, interpretasi itu sendiri—dalam konteks kajian sosial-humaniora—dimaksudkan untuk menghadirkan pemahaman ihwal praktik-praktik manusia yang bermakna—dan bukan mengidentifikasi sebab-musabab umum dari suatu kejadian. Demikianlah, dengan contoh aplikasi ini, kajian teknokultur ini diharapkan dapat memperkaya perspektif kita dalam upaya memahami fenomena praktik (wisata) kuliner di Bandung—tanpa berpretensi untuk menjadikannya sebagai satu-satunya pemahaman.

Di bawah ini saya akan memaparkan analisis mengenai teknokultur (wisata) kuliner di Bandung. Namun, sebelum sampai pada paparan analitik itu, akan saya paparkan terlebih dahulu ihwal makanan sebagai teknokultur dan makanan sebagai entitas semiotis untuk mengantarkan bab ini ke dalam analisis dan diskusi mengenai teknokultur (wisata) kuliner di Bandung. Pengantar ini saya pandang berguna untuk menegaskan bahwa kuliner bukanlah semata-mata merupakan entitas teknologis, yakni sebagai suatu objek atau produk atau komoditas yang diproduksi dan dikonsumsi, tetapi juga merupakan entitas kultural. Pengantar mengenai makanan sebagai entitas semiotis atau perspektif semiotika terhadap makanan—atau, katakanlah, "semiotika makanan" (*semiotics of food*)—dimaksudkan secara khusus untuk lebih menegaskan ke-kultural-an kuliner.[]

13

Prolog: Makanan sebagai Teknokultur dan sebagai Entitas Semiotis

Substances, techniques of preparation, habits, all become part of a system of differences in signification and we communicate by way of food. As we learn what to eat, how to eat, when to eat, we learn our culture, our norms and our values and through this process we learn who we are.

Mustafa Koc & Jennifer Welsh, "Food, Foodways and Immigrant Experience", 2002.

What we eat, where we get it, how it is prepared, when we eat and with whom, what it means to us—all these depend on social [and cultural] arrangements.

De Vault, 1991, dalam Bob Ashley, Joanne Hollows,
Steve Jones, dan Ben Taylor, *Food and Cultural Studies*, 2004.

Makanan (yang diolah atau dimasak) adalah salah satu bidang yang sangat relevan untuk menunjukkan bagaimana teknologi[251] dan budaya bertaut dan saling mengubah satu sama lain. Menurut pengkaji filsafat teknologi Francis Lim (2008: 135), "memasak sudah menjadi suatu seni tersendiri dalam konteks budaya dan cara memasak tertanam dalam budaya yang berbeda". Lebih lanjut Lim menyatakan bahwa memasak merupakan contoh yang paling baik untuk menunjukkan ketertanaman (*embedment*) teknologi dalam budaya—budaya yang berbeda mempunyai cara masak yang berlainan pula. (Lim melihatnya dengan cara pandang studi budaya; tetapi, cara pandang studi teknologi dapat melihat sebaliknya, bahwa budaya tertanam [*embedded*] dalam teknologi—cara masak yang berbeda mengekspresikan adanya perbedaan budaya).

Makanan sebagai Teknokultur

Premis dari Lim tersebut menegaskan adanya pertautan erat antara teknologi dan budaya dalam makanan, bahwa memasak dan mengolah makanan mengikutsertakan teknologi di dalamnya (ada yang membakar langsung di atas api, memanggang dengan oven, mengukus dan merebus dengan air dalam wajan, menggoreng dengan minyak dan sebagainya). Tetapi, memasak dan mengolah makanan juga merupakan ekspresi kultural. Demikian pula cara makan, pada satu sisi tergolong dalam budaya, tetapi pada sisi lain cara makan senantiasa melibatkan objek teknologis. Dengan kata lain, relasi "dua sisi dari sekeping mata uang" antara teknologi dan budaya dalam makanan ini dapat dijelaskan sebagai berikut: aspek teknologis dari makanan (bahan-bahan masakan, alat masak, produk masakan, cara menyajikan dan menyantapnya, rancangan

tempat makan atau tempat menjual makanan), semua itu termuati oleh aspek simbolik dari masyarakat penggunanya, semua itu merefleksikan nilai-nilai kultural. Dalam ujaran para pengkaji studi kebudayaan material (*material culture studies*), ihwal ini barangkali berbunyi demikian: makanan bukan saja dimuati oleh simbolisme kultural, tetapi juga oleh materialisme kultural karena simbol membutuhkan medium fisik untuk mengartikulasikan dirinya.

Salah satu aspek makanan yang dapat mengilustrasikan dengan baik pertautan erat budaya dengan teknologi (teknokultur) adalah estetika makanan (*food aesthetics*). Sebagai contoh adalah estetika makanan pada masyarakat Jepang, khususnya perihal bagaimana mereka menyajikan makanan. Cherise Fuselier dan Harumi Moruzzi telah memaparkan hal ini dalam artikel mereka di *Japan Today*, "Effects of Globalization on Japanese Food Culture and Health" (2006).

> *The Japanese have many traditional aesthetic concerns with food that are uniquely Japanese. Food is served in small, individual portions in separate dishes. Pieces of meat are already cut small, and easy to handle with chopsticks. There is a specific canon of presentation regarding the way Japanese food looks. … this canon of presentation involves colors that are artfully opposite, different types of arrangement, asymmetrical aesthetics, law of opposites, and seasonal variety.*
>
> *Presentation is best when the colors of the food items are opposite colors, such as the bright pink of tuna sashimi with the light green of wasabi. There are five different types of food arrangement, or moritsuke. Yamamori is a mound-like arrangement, sugimori is standing or slanting, hiramori is a flat, ayamori is woven, and yosemori is gathered. Of these, yamamori is the most popular.*
>
> *Consideration between food and plate size is also part of the canon of presentation. Food and plate size considerations include asymmetrical aesthetics and the law of opposites. If a food is round in shape, it will appear on a long, narrow, flat dish. Generally speaking, a food will be served on a dish that is opposite to that food's shape.*
> *Seasonal variety is also an important part of the canon of presentation. Dishware, foods, and garnishes all have seasons of use. Seasonal concerns for food are still important in Japanese cuisine today. Some examples of seasonal variety include eggplant, which is a summer food, and spinach, which is a winter food* (Fuselier dan Moruzzi, 2006).

Dalam ranah akademis, studi paling awal mengenai relasi makanan (sebagai artefak material) dengan kebudayaan, sebagaimana yang dicatat oleh antropolog Koenjaraningrat (1987: 212), adalah karya antropolog strukturalis Prancis Claude Lévi-Strauss[252] yang dipublikasikan pada 1964, *Le Cru et le Cuit* (Yang Mentah dan Yang Masak)—tetapi versi awalnya sudah sudah muncul dalam *Anthropologie Structurale* yang terbit pada 1958. Buku ini, yang merupakan jilid pertama dari trilogi *Mythologique*, menjelaskan bahwa "manusia secara universal memproses makanannya: walaupun ia sering juga menyukai makanan mentah, tetapi di antara apa yang dimakannya selalu ada yang dimasak". Ihwal yang mentah dan masak ini terkait erat dengan soal kebudayaan: dari sinilah berbagai jenis makanan mempunyai arti sosial dan arti keagamaan—denga kata lain, mempunyai arti simbolik.[253]

Menurut Lévi-Strauss (dalam Cavallaro, 2004: 41-42), sistem makanan, dengan demikian, juga merupakan "bahasa". Cavallaro (*ibid*) menjelaskan lebih jauh premis Lévi-Strauss tersebut dengan argumen berikut ini. "Kendati daftar belanja berbeda-beda antara satu budaya dan budaya lain, dalam setiap masyarakat, pencarian, pengolahan, dan konsumsi makanan membentuk satu kode. Ini disebabkan semua

budaya menyandarkan keputusan-keputusan konvensional pada apa yang bisa dan tidak bisa dimakan, kapan, oleh siapa, dengan siapa, dan dengan kombinasi yang bagaimana." Lévi-Strauss menggunakan logika oposisi biner Natur versus Kultur untuk mengkonstruksi secara struktural dan secara semiotis antara transformasi makanan dengan cara-cara natural (mentah→busuk) dan transformasi makanan dengan cara-cara kultural (mentah→masak).

Dalam pandangan antropolog Edmund Leach, salah seorang komentator Lévi-Strauss, dalam *Claude Lévi-Strauss* (1970, dalam Koenjaraningrat, 1987: 212), ihwal mengapa Lévi-Strauss begitu banyak menaruh perhatian terhadap makanan rupa-rupanya dikarenakan makanan adalah kebutuhan alamiah pokok dari manusia maupun binatang, dan karena makanan manusia menjadi unsur kebudayaan yang diolah dengan api, yaitu salah satu unsur kebudayaan dan sumber energi manusia yang sangat dini. Itulah sebabnya makanan paling cocok untuk mengilustrasikan perbedaan antara alam (*nature*) dan kebudayaan.

Ilmuwan berikutnya yang melakukan studi mengenai relasi makanan dan kebudayaan adalah semiotikawan Roland Barthes. Pada salah satu karyanya yang terbit pada 1961, Bathes (dalam Leeds-Hurwitz, 1993: 86) melakukan analisis komparatif mengenai konsumsi gula di Prancis dan Amerika Serikat. Dengan mengasumsikan bahwa gula bukanlah sekadar bahan makanan (*foodstuff*), tetapi juga sesuatu yang dapat mengekspresikan "sikap (*attitude*)" para konsumernya, Barthes mengajukan pemikiran bahwa makanan (*food*) semestinya diperlakukan sebagai "*a system of communication, a body of images, a protocol of usages, situations, and behavior… food sums up and transmits a situation; it constitutes an information; it signifies*".[254]

Melanjutkan gagasan yang dirintis oleh Lévi-Strauss dan Barthes tersebut, kini ilmuwan-ilmuwan sosial humaniora pada umumnya telah bersepakat bahwa makanan memang bukan sekadar entitas material yang berguna untuk pemenuhan kebutuhan gizi manusia. Lebih dari hanya sebagai pemenuh kebutuhan dasar biologis manusia, makanan adalah juga penanda bagi identitas seseorang atau suatu masyarakat. Makanan mencerminkan budaya suatu masyarakat; demikian pula aktivitas makan (*eating*), ia memiliki arti penting yang lebih dari sekadar urusan mengisi perut.[255]

Makanan sebagai Entitas Semiotis

> *Tell me what you eat, and I shall tell you who you are*. (Jean-Anthelme Brillat-Savarin, *The Philosopher in the Kitchen*, 1981, h. 13).

> *Food has been one traditional topic of choice in explaining semiotic theory, in large part due to its accessibility*. (Wendy Leeds-Hurwitz, *Semiotics and Communication*, 1993: 86).

Aforisma dari Jean-Anthelme Brillat-Savarin—ahli gastronomi awal abad ke-19—dalam kutipan di atas mengisyaratkan secara sangat tegas perihal muatan simbolik atau maknawi atau semiotis yang terkandung di dalam makanan.[256] Ilustrasi perihal aspek semiotis dari roti lapis (*sandwich*) berikut ini, yang dikutip dari sebuah esai pendek di laman http://chowhound.chow.com (Hammond, 2002), dapat kiranya menggambarkan bekerjanya konsep semiotika dalam makanan. Dalam esai tersebut, Hammond memikirkan apa yang diistilahkannya sebagai "semiotika *sandwich*"—sebuah pikiran

(tepatnya renungan) yang mungkin muncul secara alamiah karena kebiasaannya, serta pengamatannya terhadap perilaku orang-orang yang, mengkonsumsi *sandwich*.

> *Though the sandwich is historically the result of culinary theorizing by the leisure class (e.g., the Earl of), the traditional sandwich signifies the working man's lunch, something you eat with your hands during the busy workday. Think of any regular old sandwich shop, and my guess is that it's not open for dinner—and that's because people usually eat sandwiches during the 30-60 minutes vouchsafed by their employer for that purpose. The sandwich is a signifier of life-on-the-run, the gotta-grab-a-bite-and-go Western culture that, Dub-yuh willing, will eventually exert dominion over the globe and eventually the whole frickin' galaxy.*

Ilustrasi lain dikemukakan oleh semiotikawan Arthur Asa Berger dalam *Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer* (2000). Dalam salah satu bagian dari buku ini, Berger menuliskan hasil pengamatan dan analisis semiotikanya yang cermat untuk menjelaskan pengalamannya ketika dijamu makan malam oleh seorang tetangganya.

> Baru-baru ini seorang tetangga telah menawari saya dan istri saya untuk makan malam. Dia menyajikan daging kambing yang lezat dan bagus (dimasak untuk *perfection* dengan daging kambing merah jambu, coklat gemuk). Daging ini, seperti semua makanan, lebih dari sekedar makanan; makanan itu, sebagai tambahan, sebagai tanda kesayangan dari penghargaan. Makanan menunjukkan status mereka (dalam hal ini) *steak* mempunyai status lebih tinggi daripada hamburger, kemudian waktu kita diundang untuk makan malam, kita dapat meningkatkan pengertian atas apa yang dipikirkan oleh tuan rumah tentang kita waktu kita melihat apa yang telah disajikan. Makanan adalah tanda ... (Berger, 2000: 199).

Tradisi kuliner atau kultur makanan masyarakat Jepang memberikan banyak contoh relevan—yang sudah dikaji—mengenai makanan sebagai entitas semiotis. Salah satunya adalah yang dikemukakan oleh Roland Barthes. Dalam bukunya, *Empire of Signs* (1982, dalam Berger, 2000),[257] Barthes tertarik untuk menganalisis makanan khas Jepang yang disebut "*tempura*" untuk memperlihatkan sesuatu yang menarik dan penting mengenai kebudayaan dan karakter bangsa Jepang. Jadi, Barthes tidak tertarik pada *tempura* sebagai *tempura per se*, namun lebih sebagai suatu indikator nilai-nilai dan kekuatan kebudayaan Jepang. Bab tentang *tempura* dalam bukunya dinamakan *the interstice* (sebuah celah) dan mengeksplorasi signifikansi *tempura* sebagai refleksi kesenian bangsa Jepang. Barthes menulis:

> *Tempura* adalah arti harfiah, yang kita secara tradisional mengarahkan pandangan pada makanan goreng yang berat. Di sini tepung membungkus intinya seperti menabur bunga, dan juga dengan cairan yang begitu lembut yang mirip susu kental dan bukannya seperti pasta. Bila diangkat dari minyak goreng, susu kental akan rapuh dan akan menutup lapisan-lapisan makanan dengan tidak sempurna. Taburan di sini berwujud merah tersusun (bertumpuk) yang ada satu lombok hijaunya, sebuah biji coklat, jadi memisahkan gorengan yang membentuk gorengan kita itu. Dan kelopaknya membungkus padat (h. 26).

Deskripsi Barthes tentang *tempura* itu hendak menunjukkan bahwa *tempura* tidak hanya semacam makanan, melainkan sebuah penanda tentang resonansi yang sangat besar, yang menyinari pemikiran dan perasaan orang Jepang. Keuletan, kerapuhan, transparansi, sifat kering, dan keinstanan (tempura disiapkan dengan begitu mudah oleh orang Jepang) menyita perhatian Barthes, khususnya karena dia dapat membandingkan dengan

"gorengan-gorengan" di Prancis di mana isi makanan gorengan dalam adonan memiliki signifikansi berbeda (h. 27).

Dalam buku itu Barthes juga menganalisis restoran masakan Asia (di Eropa) sebagai wahana bagi "peleburan" sekat-sekat kultural antar-peradaban. Joanne Finkelstein, dalam tinjauannya mengenai ritual sosial (*social rituals*) di seputar makanan (yakni praktik sosial orang Eropa untuk makan di restoran Asia sebagai sarana pelepasan diri dari rutinitas keseharian), menyitir analisis Barthes tersebut seperti berikut:

> *European find Asian cuisine appealing because it allows them to experience the exoticism of the 'Orient' wtihout actual contact with the culture. The Asian restaurant is popular becaue of the Occidental's imaginary fear of contamination. Eating the Orient through its 'foreign' but Westernized foods can be a flight from the everyday as well as the purchase of entertainment that is safe, sanitized and contained* (Finkelstein, 1999: 75).

Makanan kari (*curry*) di Jepang juga relevan untuk mengilustrasikan secara kuat ihwal ke-semiotis-an makanan. Kari adalah salah satu makanan modern yang paling populer bagi orang Jepang adalah, tetapi asal-usulnya sebenarnya bukanlah makanan lokal, melainkan datang dari Inggris. Demikian populernya kari di negeri itu, hingga Morieda Takashi dalam "*The Unlikely Love Affair with Curry and Rice*" (dalam Fuselier & Moruzzi, 2006), menyatakan bahwa orang Jepang makan kari setidaknya seminggu sekali, jauh lebih sering daripada jenis makanan yang secara umum diasosiasikan sebagai masakan Jepang—*sushi*, *tempura*, dan *sukiyaki*.

> *Curry rose in popularity during the Meiji Restoration in 1868, a time when Western foods were becoming more accepted. During this time, perception held that Western foods were nutritious. ... This consideration would have been even more pronounced in the years immediately following the Restoration, when the height difference between Japanese and foreigners was positively startling. [...] Curry came to Japan from England, not from India. This is due to British colonization in India. The British learned to like the Indian foods they were surrounded with, and took curry back to England where it eventually was introduced to Japan* (Fuselier dan Moruzzi, 2006).

Contoh lain dari Jepang, yang juga relevan untuk menunjukkan kesemiotisan makanan, ialah hasil penelitian Ayao Okumura (2001, dalam Fuselier & Moruzzi, 2006) bertajuk "Japan's Ramen Romance". Dalam laporannya, Okumura memaparkan hasil survei mengenai seberapa sering orang makan mi (*noodle*). Okumura menemukan fakta bahwa perempuan Jepang rata-rata makan mi sembilan kali dalam sebulan. Pasta italia (*italian pasta*) adalah yang paling disukai, diikuti oleh *udon* pada urutan kedua, dan *ramen* (mi khas Jepang) pada urutan ketiga. Ketika survei yang sama dilakukan terhadap kaum laki-laki, *ramen* adalah yang paling favorit dan pasta italia hanya pada urutan ketiga. Okumura menjelaskan perbedaan ini dengan menyatakan bahwa:

> *...women tend to like italian pasta because it is fashionable, whereas men tend to be more pragmatic and see ramen as a better investment of serving volume. Women could also be consuming more foreign types of pasta because they are equating eating Western foods with Western values, which are perceived to be less sexist towards women.*

Temuan lain tentang kultur makanan orang Jepang dikemukakan oleh John Traphagen dan Keith Brown dalam "Fast Food and Intergenerational Commensality in Japan" (*Ethnology*, 2002, dalam Fuselier & Moruzzi, 2006). Artikel ini menjelaskan

mengapa restoran cepat saji McDonald’s sangat digemari di Jepang (jumlah gerai McDonald’s di Jepang adalah yang terbanyak di luar Amerika Serikat). Menurut Traphagen dan Brown, hal ini bukan terutama disebabkan karena adopsi nilai-nilai Barat oleh orang Jepang (globalisasi), melainkan lebih disebabkan oleh fakta historis bahwa secara tradisional orang Jepang juga mengenal konsep masakan cepat saji versi mereka sendiri, yaitu *soba* dan *udon*. Jadi, McDonald’s bagi orang Jepang, lebih kurangnya, adalah manifestasi modern dari tradisi kuliner mereka sendiri, sehingga tidak dianggap sebagai asing. Lebih dari itu, McDonald’s juga mengekspresikan nilai-nilai tradisional Jepang perihal keluarga dan teman. Dalam kesimpulannya, Traphagen dan Brown mengatakan bahwa McDonald’s:

> *…[expresses] long-standing Japanese cultural patterns, and facilitate human intimacy and warmth not possible with some other, more traditional styles of inexpensive and rapidly served food in Japan. …the rise in popularity of Western fast food companies, and McDonalds in particular, can be attributed to changes in Japan on a global scale, and not solely as a Western invasion. […] …a common practice within Japanese eating habits in these fast food chain restaurants is sharing foods between family members and friends. They argue that these restaurant practices…indicate the importance of these venues in providing contexts for reinforcing emotive bonds among family and friends. These restaurants also provide family bonding. Dining out in a place like McDonalds is often seen as a special occasion, and provides an opportunity for the entire family to dine together. This gives children a rare chance to dine with their fathers, who …only dined with their families an average of once a week due to long work hours* (dalam Fuselier & Moruzzi, 2006).

Namun, di Prancis kisah McDonald’s lain lagi (Basral, 2009). Lebih dari satu dasawarsa silam, tahun 1999, kehadiran restoran cepat saji asal Amerika Serikat ini di negara yang memiliki tradisi makanan yang panjang itu mendapatkan penolakan hebat. Dalam perspektif semiotika, penolakan tersebut terkait dengan penandaan bahwa makanan yang dijual di restoran cepat saji seperti McDo (sebutan warga Prancis terhadap resto ini) adalah “makanan sampah” yang dianggap tidak pantas berada di negeri yang selama ini menganggap dirinya sebagai jantung kuliner dunia itu.

Penolakan itu juga terkait dengan penandaan bahwa McDo adalah bagian dari kapitalisme global dan kehadirannya merupakan simbol dari imperialisme budaya. Namun, pada tahun 2009, McDo telah berhasil membuka tidak kurang dari 1.130 gerai di Prancis, termasuk di kompleks Museum Louvre yang merupakan jantung kebudayaan negeri itu. Rahasia keberhasilan McDo memikat hati masyarakat Prancis, yang luar biasa bangga terhadap produk kuliner mereka, adalah penggunaan “frenchifikasi” dengan membeli 80 persen pasokan lokal mereka dari para petani lokal Prancis. Dengan cara ini, masyarakat Prancis tidak lagi melihat McDo sebagai simbol kapitalisme global yang mengancam produk pertanian organik petani-petani lokal. Titik baliknya terjadi pada 2001 ketika McDo mengikuti acara tahunan Pameran Pertanian (*Salon de l’Agriculture*) di Paris yang banyak diikuti petani lokal dari beragam pojok negeri itu. Stan McDo, yang ada di lokasi pameran, bukannya di dicemooh dan diejek para pengunjung, malah disambut baik. Sejak itu McDo sudah dianggap sebagai bagian utuh dari komunitas pertanian Prancis.

Tetapi, ajaran Calvinis (Protestan) justru memandang sebaliknya terhadap McDonald’s—setidaknya pada masa Reformasi Gereja abad ke-16. Ajaran ini tidak pernah mencap makanan cepat saji sebagai “makanan sampah”—justru merupakan simbol

dari etos yang menghargai kerja keras. Menurut Calvinisme, sebagaimana yang ditesiskan oleh sosiolog Max Weber dalam *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (1905, dalam Landes, 2006: 40), kebaikan adalah tanda yang masuk akal dari pemilihan. Setiap orang dapat terpilih (menjadi hamba Tuhan terkasih), dan sebagian besar yang terpilih akan tampil melalui karakter dan tindakan mereka yang menunjukkan kualitas batin dan wujud takdir mereka. Meskipun Weber menekankan bahwa Calvinis yang baik tidak mengejar kekayaan, tetapi umat Calvinis percaya bahwa "kebaikan" yang tampil melalui "karakter dan tindakan" dari mereka yang terpilih itu mewujudkan tandanya dalam bentuk kekayaan material (orang-orang kaya yang jujur adalah tanda bahwa mereka terpilih untuk mendapatkan kemurahan Ilahi). Maksud Weber adalah bahwa Calvinisme menghasilkan "manusia baru" yang bertujuan untuk hidup dengan jalan bekerja keras, jujur, serius, hemat uang dan waktu—agar menjadi kaya karena ini adalah tanda dari keterpilihan. Jadi, *caranyalah* yang penting, dan menjadi kaya merupakan "produk sampingan" terbaik dari menjalani etos Calvinis.

Dalam konteks itu, historisitas makanan cepat saji diargumentasikan terkait erat dengan Calvinisme karena selaras dengan etos kerja yang didorong oleh ajaran itu. Secara semiotis (perspektif Barthesian), hal ini barangkali dapat dijelaskan sebagai berikut. Ajaran Calvinis memandang makanan cepat saji [*penanda*]—yang berarti makanan yang dapat dimakan secara serbacepat untuk menghemat waktu [*makna denotasi*]—terkait secara simbolis dengan etos kerja keras [*makna konotasi*]. Kerja keras itu sendiri dimaknai oleh Calvinisme sebagai suatu bentuk kesalehan karena dapat menghasilkan kekayaan dan selanjutnya kekayaan itu menjadi tanda dari keterpilihan akan kemurahan Ilahi.

Argumen di atas, lebih kurangnya, merujuk pada pendapat filsuf Heidi Salaverría dalam "*Fast-Food und Leib Christi*". Pendapat Salaverría itu didasarkan pada hasil penelitiannya mengenai tradisi Protestan dalam hal perjamuan malam (*supper*) dalam sakramen dan asal mula munculnya kultur makanan cepat saji. Salaverría mengembangkan tesis bahwa terdapat hubungan kausal antara etos Calvinis dengan perkembangan kultur makanan cepat saji tersebut, seperti tersimpul dalam kutipan berikut:

> *The Calvinistic ethos, it is claimed, has a causal connection with the development of fast-food culture. In opposition to the Catholic church, Calvinism refutes the bodily presence of Christ in the sacrament, separating rigidly the sacred from the mundane. This doctrine influenced the Calvinistic food-culture: Therein, the sole function of nourishment seemingly is reduced to saturating the body in a very profane way. However, the profane and the sacred prove to be dialectically dependent on each other…. The allegedly purely mundane working-ethos, which is championed by Calvinism, turns into sacralization, as worldly success is seen as a sign of being predestined by god. Fast-Food culture reflects this sacred working-ethos. By consuming Fast-Food, this ethos is imbibed.* (Salaverría, 2005).

Dalam studi antropologi, khususnya kajian etnografi atas masyarakat kesukuan (*tribal society*), juga ditemui banyak contoh yang dapat menegaskan aspek semiotis makanan. Misalnya adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Joos (1985, dalam Leeds-Hurwitz, 1993: 88) mengenai masyarakat Seminole. Dalam penelitan mengenai makanan sebagai penanda identitas dan sebagai indikator perubahan sosial itu, Joos menemukan bahwa makanan lokal yang disebut "*sofki*" secara tradisional dipercaya oleh masyarakat setempat sebagai makanan yang menyehatkan, dan karena itu mereka harus memakannya agar mereka tetap sehat. Padahal, makanan itu sebenarnya justru bisa membahayakan kesehatan

orang yang mengidap penyakit tertentu—tetapi tradisi dan budaya bisa lebih kuat daripada klaim ilmu pengetahuan sehingga bisa saja orang mengabaikan risikonya meski sudah diperingatkan oleh dokter.

> Sofki *[corn gruel] is a 'cultural superfood' of the Seminoles and is identified as a uniquely Seminole food, one which they should eat to stay healthy…. Fry bread is another Seminole food. It is understandable that [diabetic] patients may not be receptive to doctors' and nutritionist' admonitions to eat less of these foods; they identify one as a Seminole and are considered to be healthful.*

Namun, dalam masyarakat kesukuan, makanan juga sering tidak terkait sekadar dengan makna kemujarabannya secara medis, seperti dalam contoh di atas, atau sebagai simbol bagi identitas sosial/kultural (apalagi sekadar persoalan gaya hidup!). Dalam masyarakat seperti itu, makanan tidak jarang bermakna eksistensial, baik secara sosiokultural ataupun politis. Dalam konteks ini, makanan—selain menjadi instrumen pemenuhan kebutuhan dasar biologis—kadang menjadi sarana (entah itu politis ataupun simbolis) yang dimanfaatkan oleh kelompok dominan untuk melanggengkan struktur sosial yang diskriminatif dan eksploitatif, tata pemerintahan yang otoritarian, atau bahkan imperialisme. Sebuah studi yang dilakukan oleh Powers & Powers (1984, dalam Leeds-Hurwitz, 1993: 86) mengenai sistem makanan penduduk Amerika Pribumi (*Native American*) menunjukkan bahwa makanan pada masyarakat tersebut bisa di(salah)gunakan untuk berbagai macam kepentingan dan tujuan yang sering merugikan kelompok-kelompok lemah dalam masyarakat. Makanan, kata Powers & Powers:

> *It can be exchanged, bartered, sold, or given away; it can be serve as medium of exploitation, used for or against people to bring them to a point of capitulation. It can be disguised as an inducement, as entreaty, or a trade-off. Food exists as an ingredient of imperialism, and it can be used profitably against a population as if it were a weapon—paradoxically, one as lethal as starvation.*

Perihal imperialisme melalui bahan pangan yang disinggung oleh Powers & Powers tersebut, baru-baru ini terbit sebuah tulisan ringan dari kantor berita AFP berjudul ”Eat Local Rice? Senegalese Say No Thanks” (Maryoto, 2010). Tulisan itu menjadi perbincangan menarik di antara para peneliti pangan dan pertanian karena mengangkat kasus di Senegal yang menjadi contoh betapa penjajahan telah merusak selera makan penduduk setempat. Akibatnya, hingga sekarang mereka bergantung pada beras impor. Masalah utamanya bukan disebabkan beras lokal tidak diproduksi, melainkan karena beras itu tidak laku di pasar. Beberapa analisis dikemukakan untuk menjelaskan penyebab penolakan beras lokal tersebut. Salah satunya adalah ”penjajahan lidah” yang sudah terjadi sejak Senegal dikuasai Perancis—jadi, masalah ini harus ditinjau sejak masa kolonialisme. Sebelum Perancis masuk, rakyat Senegal memakan sorgum dan sejenis padi-padian. Ketika Perancis masuk, rakyat Senegal diharuskan menanam tanaman monokultur berupa kacang tanah. Pada saat yang sama, Perancis mengimpor beras dari negara jajahannya di Indochina untuk memberi makan warga Senegal. Sejak saat itu, perilaku masyarakat mulai berubah: makan nasi telah menjadi lambang sebuah status sosial—beras lokal tidak bisa terjual karena beras ini dikaitkan dengan kemiskinan. Mereka yang memakan beras lokal berarti tidak memiliki status sosial.

Ghana, negara tetangga Senegal, juga memiliki masalah yang sama. Kualitas beras lokal sangat buruk (sehingga sulit diterima konsumen lokal). Namun, mereka sukses

mempromosikan beras lokal setelah sebuah poster memperlihatkan presiden negara itu tengah memakan beras lokal (suatu ”strategi semiotis” yang cerdas). Kasus Senegal ini menjadi contoh bagi banyak negara berkembang lainnya. Di samping persoalan produksi, sebenarnya persoalan ”peperangan” antara produk lokal dan produk impor (yang bukan sekedar persaingan komoditas, tetapi juga merupakan kontestasi semiotis) juga menjadi masalah yang pelik. Ketergantungan pada produk impor merupakan sebuah warisan kolonialisme yang masih belum sepenuhnya hilang.

Contoh-contoh yang telah dipaparkan menunjukkan penggambaran makanan sebagai entitas semiotis yang dikemukakan oleh para semiotikawan, antropolog, atau sosiolog. Tetapi, topik ini juga dinarasikan oleh kalangan sastrawan. Salah satu jagat kesusastraan yang kaya dengan narasi tentang makanan sebagai kode semiotis adalah kesusastraan Arab. Sastrawan Sabry Hafez, misalnya, dalam *book chapter*-nya di *A Taste of Thyme: Culinary Cultures of the Middle East* [2000] menunjukkan peran penting aspek simbolik makanan sebagai “sistem mental” di balik keteraturan berbagai praktik sosial dalam masyarakat Arab pada umumnya. Dalam ulasannya terhadap tulisan Hafez tersebut, Brinda J. Mehta (2004) menulis:

> *Hafez Sabry cites as an example the famous social practice of Arab hospitality that has always expressed itself in terms of food, drink, and the idea of nourishing guests* (qira al-dayf) *in which food simultaneously represents many elements such as nutrition, generosity, rites of welcome, class status, and cultural pride. Sabry positions the diverse manifestations of the culinary semiotic code by “examining the ways in which narrative writers use culinary codes as signifying tools in their work, through a study of their socio-cultural implications, their interaction with the spatial presentation of the narrative…the association between the culinary and the erotic…the interaction between food and religious practice and between culinary customs and changing social values”. As suggested by Sabry, the culinary semiotic code provides a strategy for reading the narrative text to uncover hidden systems of meaning through the associative value and importance of food.*

Dunia kuliner di Indonesia, yang belakangan ini berkembang pesat, juga menyajikan banyak contoh menarik dari sudut pandang semiotika. Salah satunya adalah cokelat bermerek dagang “Monggo” dari Yogyakarta (lihat Kusuma, 2009a). Cokelat Monggo terutama mengusung kekhasan Jawa pada kemasannya. Berbeda dengan produk cokelat lain di pasaran, cokelat ini dibungkus kertas daur ulang berwarna krem yang diberi berbagai gambar berciri khas Jawa seperti gambar Candi Borobudur, tokoh wayang Semar, sampai becak. Cokelat yang dibuat tanpa bahan pengawet ini mencoba mengusung tema lokalitas. Seluruh proses pembuatannya dilakukan dengan industri rumahan yang menggunakan olahan tangan. Semua bahan baku cokelat pun disuplai dari perkebunan di Indonesia. Cita rasa lokal itu semakin kentara dengan penambahan rasa jahe, jeruk, kopi, atau kacang mete. Melalui cokelat Monggo, pembuatnya hendak menunjukkan rasa prihatinnya karena melihat produk cokelat yang beredar di pasaran lebih berbau asing, baik dari merek maupun cita rasanya. Indonesia sebagai salah satu produsen cokelat terbesar dunia ternyata tidak memiliki produk olahan cokelat.

Pada pemikiran pascamodernisme, aspek simbolik dari objek-objek material yang dikreasi oleh manusia memperoleh perhatian yang lebih besar dan khusus. Itu sebabnya, Ritzer (2004: 391-393) mengatakan, “objek dan komoditas adalah tanda-tanda. Dalam menggunakan dan mengonsumsi komoditas kita menggunakan dan mengonsumsi tanda-tanda.” Jadi, dalam menggunakan dan mengonsumsi restoran cepat saji dan produknya

(seperti McDonald), misalnya, orang-orang menciptakan pernyataan-pernyataan tentang diri mereka. Karena sehimpun tanda membentuk kode sosial/kultural tertentu yang berlaku dalam suatu masyarakat, kode ini memungkinkan orang untuk memahami (secara implisit) apa yang masyarakat katakan tentang diri mereka ketika mereka menggunakan dan mengonsumsi suatu makanan.

Demikianlah, makanan tidak pernah menjadi entitas material yang sekadar bermakna sebagai pengisi perut. Makananan, kata Carole Counihan & Penny Van Esterik dalam *Food and Culture: A Reader* (1997), "*touches everything important to people: it marks social differences and strengthens social bonds*". Sebagai pemungkas uraian pengantar ini, berikut saya kutipkan pandangan Leeds-Hurwitz, dalam *Semiotics and Communication* (1993), mengenai berbagai peran yang bisa dimainkan makanan:

> *The list of potential functions of food range from the instrumental (at the most basic level, food prevents starvation) to the aesthetic (the presentation of food can be as important as its taste), and different cultures emphasize different components (the Japanese grant the aesthetic function a major role, whereas Americans generally grant presentation only minimal attention). As a relatively complex system involving several stages, different parts of the food system are available for use in signifying something to someone* (h. 85).

Maka, jika makanan tidak pernah menjadi sekadar material pengisi perut, tapi juga merupakan entitas semiotis, kebiasaan makan (*food habit*) orang-orang pun senantiasa merupakan objek analisis semiotika. Dalam pandangan secara semiotis ini, dapat dikatakan bahwa kebiasaan makan seseorang membangun sebuah teks yang mungkin untuk dibaca. Sebagai misal, orang yang hanya gemar mengunjungi jenis restoran cepat saji, ia telah mengatakan siapa dirinya dan bagaimana ia berbeda dari orang lain yang mendatangi restoran cepat saji maupun restoran tradisional. Demikian pula orang yang memilih untuk menghindari semua restoran cepat saji dan hanya mengunjungi restoran tradisional, yang menyajikan masakan yang diracik dari ramuan yang baik oleh pakar masakan. Pun restoran atau kafe atau warung makan sebagai entitas fisik, semua itu juga merupakan entitas semiotis (Ritzer, 2003: 393).

Misalnya, restoran cepat saji menandakan "cepat". Pada tingkat yang lebih luas, tanda "cepat" itu menjadi bagian dari kode. Orang digiring untuk melakukan banyak hal, tidak hanya makan, secara cepat dan efisien. Ini berarti bahwa konsumer ditarik ke restoran cepat saji dan dijauhkan dari restoran tradisional karena di sana barangkali menghabiskan waktu satu atau dua jam untuk makan. Tanda lain yang dihubungkan dengan restoran cepat saji adalah "kesenangan" (warna cemerlang, badut-badut, dan sebagainya). Jadi, kode kontemporer untuk makan yang menyenangkan adalah di restoran cepat saji; dan menjauhi restoran "gaya lama" yang hanya menawarkan makan yang dikelilingi dengan ketenangan (Ritzer, 2003: 393). Karena semua dikode, maka, demikian dikatakan oleh Ritzer, semua orang menjadi mungkin untuk membaca tanda-tanda yang dihubungkan dengan masyarakat terkait dengan kebiasaan makan mereka.

Pada bab-bab selanjutnya, saya akan paparkan secara analitis mengenai teknokultur (wisata) kuliner di Bandung yang diintegrasikan langsung dengan tinjauan kajian budaya atas hasil analisis itu untuk menyingkap dimensi-dimensi ideologis yang tersembunyi di balik praktik kuliner dalam budaya massa kontemporer di kota kosmopolitan tersebut. Dalam hal ini, saya memilih untuk membagi segmen-segmen analisis lebih berdasarkan pada modus-modus teknokultur (meski tidak persis benar pengurutannya), bukan pada jenis-jenis kuliner atau kategori tempat makan (seperti kedai, kaki lima, warung, rumah

makan, restoran), atau pembagian geografis (seperti kuliner kawasan Dago, kawasan Setiabudi, kawasan Lembang, dan seterusnya). Segmentasi berdasarkan modus-modus teknokultur ini konsisten dengan pembahasan pada bagian sebelumnya (Bagian 4)—karena tujuan bab ini memang untuk “membuktikan” keberlakuan modus-modus teknokultur pada tataran empirik. Hanya saja, perlu dicatat di sini bahwa setiap entitas kuliner punya kecenderungan kuat—untuk tidak mengatakan selalu—berkarakter multimodus dipandang dari perspektif teknokultur.[]

14

Kultur Makan di Luar Rumah (*Eating Out*)

Salah satu faktor yang melatarbelakangi berkembangnya bisnis kuliner (restoran dan berbagai tempat makan lainnya seperti kedai, kafe, rumah makan, warung makan kaki lima) adalah perilaku masyarakat yang gemar makan di luar rumah (*eating out*). Kegiatan itu bisa dilakukan sendiri maupun bareng dengan kawan atau keluarga. Tempatnya tergantung kemampuan keuangan masing-masing: bagi yang berpenghasilan pas-pasan, mereka cukup mengunjungi rumah makan yang sederhana tatau bahkan warung tenda di pinggir jalan; bagi yang berdompet tebal biasanya ke restoran atau kafe.

Merujuk pada hasil survei yang dipublikasikan di laman www.surveyone.co.id (2007), banyak alasan kenapa mereka sering makan di luar rumah. Salah satu alasan adalah karena orang ingin menikmati hidangan lezat, yang jarang disajikan di rumah. Alasan lain karena restoran bisa juga menjadi tempat untuk rekreasi atau menghilangkan stres akibat beban pekerjaan kantor. Bahkan, restoran juga dijadikan tempat untuk *entertain* atau *meeting* dalam hubungannya dengan bisnis. Dengan gambaran survei seperti itu, tampaknya saat ini, restoran sudah merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat, terutama di perkotaan.

Tapi, dari manakah awal kultur makan di luar rumah ini bermula? Dalam "Food and Eating: An Anthropological Perspective" (2009), teoretikus sosial Robin Fox memaparkan historisitas dari kultur tersebut.

> *Most food has been made and consumed domestically throughout Western history. Eating out was for travelers, in inns and taverns where the customers were served more or less what would have been on the domestic table anyway. Regular eating out, and eating out for status with special foods reserved for the occasion, is a predominantly French institution of the Industrial Revolution. Our words for eating out are all French or translations—hotel, restaurant, café, menu, entrée, chef (chef de cuisine), wine list (carte des vins), cover charge (couvert), maitre d'hotel, restaurateur, hors d.oeuvres, hostess (hotesse)—only with waiter (and waitress) do we remain stubbornly Anglo-Saxon, "boy" sounding a bit strange in the context.*
>
> *Essentially at first an upper and upper-middle perversion, and to do with the desire to move conspicuous eating and spending into the public arena, eating out has become vastly democratized with technology, affluence, and overemployment—leaving less time for preparation at home. The great chefs, who previously cooked in the great houses, moved out to the great restaurants. The French upper classes had previously made a great public show of attending court or church. When both these institutions declined in importance after the Revolution, attendance at great restaurants became a substitute. The "great codifier" Auguste Escoffier laid down elaborate and rigid rules of cooking procedure like a pope: cuisine became "haute", and chefs ruled hierarchically organized vast kitchens like tyrannical cardinals. The great restaurants came to resemble renaissance palaces or cathedrals. The very word "restaurant" comes from the verb "to restore" and has more than practical overtones. (The original restaurants were in fact legally "health food*

stores".) From these grand beginnings, eating out came to be imitated by the bourgeoisie, ever anxious to give themselves upper-class airs, and finally became general in the culture and in all Western countries.

Kini kultur makan di luar rumah, yang semula merupakan kultur Barat itu, telah menyebar dan ditiru di hampir seluruh bagian dunia, di negara maju ataupun negara berkembang, terutama pada masyarakat urban. Dalam konteks Indonesia, sebagai masyarakat yang lebih banyak tersasar oleh fenomena globalisasi yang datang dari luar, kehadiran restoran-restoran cepat saji (*fast food restaurant*)[258] berjaringan global-lah yang tampaknya telah turut memicu perkembangan budaya baru di tingkat masyarakat umum atau kalangan kebanyakan (*ordinary people*), terutama di kawasan urban. Budaya baru itu ialah perubahan dari kultur selalu menyantap hasil masakan sendiri di rumah (*eating in*) ke kultur yang menganggap penting untuk makan di luar rumah (*eating out*) secara reguler. Tentu saja diperlukan telaah yang lebih khusus untuk membuktikan asumsi tersebut, tetapi indikasinya saya kira cukup jelas.

Sebagai gambaran, perkembangan Bandung menjadi tujuan wisata—termasuk wisata kuliner yang mempertontonkan kultur makan di luar rumah—favorit warga Jakarta di akhir pekan adalah fenomena mutakhir yang berlangsung baru satu atau paling jauh dua dasawarsa terakhir. Fenomena ini berkoinsidensi dengan keberadaan restoran-restoran cepat saji global—hadir melalui sistem waralaba (*franchise*)[259]—yang juga baru muncul pada kurang lebih dua dasawarsa silam. (Sekadar informasi, restoran cepat saji McDonald's pertama di Indonesia yang terletak di Sarinah, Jakarta, dibuka pada 23 Februari 1991. Sedangkan Kentucky Fried Chicken (KFC) hadir di Indonesia lebih awal lagi. Berarti, kehadiran kedua restoran tersebut di Kota Bandung mestinya lebih belakangan lagi). Kini, ketika Bandung telah "ditahbiskan" oleh opini publik sebagai kota tujuan wisata kuliner, keberadaan restoran-restoran cepat saji—baik lokal maupun mancanegara—di kota ini (termasuk kawasan sekitarnya seperti Kota Cimahi dan Jatinangor) bisa dikatakan telah menyesaki seluruh penjuru kota.[260]

Seperti telah dinyatakan di atas, keberadaan restoran-restoran cepat saji global-lah yang tampaknya menjadi (salah satu) faktor penting yang melatarbelakangi perkembangan kultur makan di luar rumah pada setiap masyarakat di mana restoran-restoran itu hadir. Fox (2009) telah mensinyalir hal ini—meski hanya secara implisit—dengan mengatakan:

The democratization of eating out is reflected in the incredible burgeoning of fast food joints and their spread beyond the United States. McDonald's is the fastest-growing franchise in Japan, and has extended its operations to China. When it opened its first franchise in Beijing, it sold so many burgers so fast that the cash registers burned out. Kentucky Fried Chicken has now opened in Beijing, and has become the chic place to eat in Berlin. These are humble foods—a ground meat patty that may or may not have originated in Hamburg; a sausage of dubious content only loosely connected to Frankfurt; deep fried chicken that was a food of the rural American South; a cheese and tomato pie that probably came from Naples. But they have taken the world by storm in one of the greatest eating revolutions since the discovery of the potato. In a curious twist, two indigenous foods of the East are rapidly turning into the fast food specials of the yuppies who would not be seen dead eating the proletarian hamburger: the Japanese raw-fish sushi, and the Chinese dim sum (small items bought by the plate) lunch. It is the oriental revenge for the McDonald's invasion.

Demikianlah, keberadaan restoran-restoran cepat saji berjaringan global di Bandung bukan saja dipandang sebagai salah satu faktor yang telah ikut menjadikan praktik kultural makan suatu masyarakat (termasuk masyarakat Bandung) semakin seragam dengan praktik kultural makan masyarakat-masyarakat lain di berbagai belahan dunia (suatu fenomena homogenisasi), tetapi pada saat bersamaan keberadaan mereka berarti juga telah mengubah salah satu elemen dalam kultur setempat, yakni, kultur makannya menjadi semakin mirip dengan kultur makan global. Antropolog Conrad Phillip Kottak, dalam artikel "Rituals at McDonald's" (*Natural History*, 87, 1978, dalam Star, 1991) menggambarkan bagaimana kultur (sistem nilai) konsumer lokal McDonald's menjadi makin serupa dengan kultur global ketika mereka mengkonsumsi komoditas yang dijual di restoran cepat saji berjaringan global itu.

> *Participation in McDonald's rituals involves temporary subordination of individual differences in a social and cultural collectivity. By eating at McDonald's, not only do we communicate that we are hungry, enjoy hamburgers, and have inexpensive tastes, but also that we are willing to adhere to a value system and a series of behaviors dictated by an exterior entity. In a land of tremendous ethnic, social, economic, and religious diversity, we proclaim that we share something with millions of other Americans.* (Star, 1991: 34).

Dalam perspektif teknokultur, berkembangnya kultur makan di luar rumah itu, pada level pertama, menunjukkan berlakunya modus teknokultur *pengaruh teknologi terhadap sosiokultur*, yakni terjadinya perubahan kultur pada suatu masyarakat lokal yang dilatarbelakangi oleh kehadiran teknologi global (yakni restoran cepat saji) dalam masyarakat itu. Selanjutnya, pada level kedua, ketika kultur lokal itu berubah menjadi semakin mirip dengan kultur yang termuat dalam teknologi global itu, hal ini menunjukkan berlakunya modus lain dalam teknokultur, bahwa *penggunaan teknologi pada budaya lain mengubah budaya setempat*.

Sementara, jika dipandang dari perspektif kajian budaya (*cultural studies*), perubahan kultural itu menunjukkan (mulai) terbentuknya "ideologi" konsumerisme karena orang-orang, masyarakat, telah berhasil didorong untuk secara terus-menerus aktif mengkonsumsi (meski mungkin tanpa sepenuhnya disertai oleh kesadaran rasional ketika melakukannya karena terbujuk oleh persuasi iklan). Ketika konsumerisme terbentuk, maka tindakan mengkonsumsi dilakukan bukan terutama untuk memenuhi kebutuhan (*need*), tetapi lebih untuk melayani hasrat (*desire*)—yang sering kali sebenarnya merupakan hasil konstruksi dari entitas eksternal. Pada titik inilah, perkara konsumsi atau konsumerisme bukanlah lagi urusan ekonomik belaka, melainkan sudah menjadi persoalan yang multidimensional yang pelik—seperti yang dikatakan oleh Mica Nava (1987, dalam Storey, 1996: 10) dalam sebuah esainya tentang konsumerisme:

> *Consumerism is far more then just economic activity: it also about dream and consolation, communication and confrontation, image and identity. ... Consumerism is a discourse through which disciplinary power is both exercised and contested.*

Namun, lebih dari sekadar kegiatan reguler atau periodik untuk pemenuhan hasrat, kegiatan makan di luar rumah bisa punya makna khusus. Fox (2009) mengatakan bahwa dalam kultur Barat kegiatan seperti itu, khususnya acara makan malam (*dinner*), menjadi bermakna khusus karena terkait dengan peristiwa atau momen spesial (seperti hari ulang tahun), yang ingin dirayakan oleh seseorang bersama keluarga (*family outing*).

We continue to make eating out special when we can. Romantic dinners, birthday dinners, anniversary dinners, retirement dinners, and all such celebrations are taken out of the home or the workplace and into the arena of public ritual. Only the snootiest restaurants will not provide a cake and singing waiters for the birthday boy. The family outing is specially catered for by special establishments—"Mom.s Friendly Family Restaurant" can be found in every small American town…. (Fox, 2009).

Itu sebabnya, McDonald's memanfaatkan kultur tersebut dalam skema bisnisnya dengan menjual paket pesta ulang tahun anak (*McDonald's Birthday Party Package*) di restoran tersebut sejak dasawarsa 1970-an. Hingga sekarang, penawaran paket seperti itu masih dilakukan oleh McDonald's, seperti yang dapat dilihat di laman situs *web* mcflorida.com (tt). Di laman *website* itu, gerai McDonald's di Palm Coast, Florida, Amerika Serikat, memajang poster promosi paket pesta ulang tahun anak-anak di restoran McDonald's yang menampilkan gambar Ronald McDonald sedang membawa setumpuk bingkisan kado dan kue ulang tahun di puncaknya dengan latar belakang balon-balon warna-warni berlambang McDonald's. Teks di bawah gambar itu berbunyi: "*We'll make your child's Birthday a day to remember!*", diikuti oleh subteks:

"*We know how important your child's birthday is. Let us show you just how special we can make it! From the beginning of the party to the end, your child will be the center of attention.*"

Kultur perayaan ulang tahun anak di McDonald's tersebut kini sudah menjalar secara global. Pada masyarakat urban Indonesia sekarang ini—tentu saja termasuk masyarakat Bandung—adalah hal yang lumrah untuk merayakan ulang tahun anak di restoran cepat saji. Seperti di tanah kelahirannya, Amerika Serikat, restoran-restoran cepat saji seperti Kentucky Fried Chicken (KFC) dan McDonald's juga menawarkan paket khusus untuk menarik minat para orang tua merayakan hari ulang tahun anak-anak mereka di jaringan restoran-restoran itu. Tabloid *Nova*, dalam artikel bertajuk "Pesta Ulang Tahun di Resto" ([tt]c), menulis bahwa di kota-kota besar Indonesia yang ada gerai restoran cepat saji, banyak orang tua yang sekarang ini memilih merayakan ulang tahun anak mereka di restoran itu dengan alasan kepraktisan, apalagi bagi orang tua (ibu) yang bekerja.

Tampaknya, memang berawal dari konsep kepraktisan itulah ide paket pesta ulang tahun diadakan oleh restoran seperti McDonald's, KFC, ataupun Hoka-Hoka Bento. Namun, pengutamaan akan nilai-nilai kepraktisan itu sendiri lebih kurangnya merupakan kultur Barat. Jadi, ketika para orang tua merayakan ulang tahun anak mereka di McDonald's atau KFC, misalnya, maka itu telah menunjukkan adanya perubahan kultural dalam masyarakat yang bersangkutan, setidaknya dalam dua segi: pertama karena mengadopsi nilai kepraktisan itu, dan kedua karena memilih tempatnya di restoran cepat saji seperti McDonald's yang secara historis memang terkait dengan kultur itu. Perubahan kultural tersebut, tidak bisa tidak, turut diperantarai atau dimediasi oleh entitas teknologis berupa keberadaan restoran-restoran cepat saji berjaringan global tersebut.

Lebih jauh, berkembangnya kultur makan di luar rumah tersebut kemudian juga menumbuhkan kultur baru lainnya yang dibawa serta oleh teknologi global itu. Misalnya adalah kultur mengantre untuk memperoleh giliran tempat duduk di suatu restoran atau warung makan pinggir jalan demi (sekadar) mewujudkan acara makan malam di luar rumah (*dining out*) di akhir pekan. Rela mengantre yang seperti itu bukanlah karena orang lapar dan harus melakukan itu karena tidak tersedia pilihan lain

(kenyataannya begitu banyak tempat makan lain yang tidak terlalu ramai sehingga tidak mengharuskan pengunjungnya untuk antre), tetapi orang melakukannya lebih sebagai praktik dari suatu gaya hidup—dengan kata lain praktik kultural.

Fenomena antre seperti itu kini dapat ditemui dengan mudahnya di banyak tempat di Kota Bandung, terutama pada akhir pekan. Di restoran Jepang Hanamasa di Jalan Ir Djuanda, misalnya, puluhan orang bersedia mengantre di lobi restoran itu, kadang lebih dari satu jam, sekadar untuk giliran mendapatkan meja kosong. Berikut adalah petikan dari laporan *Kompas* (Kustiasih & Dayuputri, 2009) mengenai hal ini:

> Dua sejawat yang tampak sudah sangat lapar duduk mengantre di sebuah lobi restoran makanan Jepang.... Bersama mereka, terdapat puluhan orang yang sudah lebih dulu menunggu. Panggilan giliran makan dari pelayan restoran yang semuanya mengenakan kimono kini menjadi satu-satunya harapan mereka. Perut, *duh*, laparnya....
>
> Benar saja, Hanamasa, restoran Jepang di Jalan Ir Djuanda, Bandung, selepas maghrib itu memang dipadati pengunjung. ...seorang pengunjung mengaku telah satu jam mengantre giliran untuk mendapatkan meja kosong. Ia mengajak serta istri dan dua anaknya. “Saya sering ke sini. Anak-anak suka makanan Jepang,” ujarnya.

Fenomena itu bukanlah baru-baru ini saja terjadinya. Majalah *Swa* edisi September 2003, misalnya, juga melaporkan hal yang sama di restoran Kampung Daun Culture Gallery & Café (Kampung Daun) yang menawarkan banyak menu masakan sunda. Laporan jurnalistik majalah itu menuliskan:

> Jumlah pengunjung Kampung Daun rata-rata 150-200 orang/hari. Namun, di akhir pekan mencapai 800-1.000 orang. Bahkan, pengunjung Kampung Daun rela antre. [Pada] malam Minggu antrean sudah terjadi pada pukul 18.00.... Untuk menghibur tamu yang masuk dalam *waiting list*, manajemen menyajikan berbagai acara hiburan, dari musik akustik hingga pantomim. Untuk mereka, manajemen juga menyediakan penganan tradisional gratis, seperti singkong dan kacang rebus. (swa.co.id. 2003).

Bahkan, di tempat makan pinggir jalan (warung tenda) pun, antre menunggu giliran makan banyak terjadi. Seorang wartawan media *on-line Detik Bandung* (lihat Arifah, 2008c) melaporkan bagaimana warung Bebek Goreng Boromeus selalu dipadati pengunjung setiap harinya, terutama selepas waktu magrib.

> Seperti halnya makan di restoran, jika ingin mendapatkan tempat duduk sekaligus kebagian bebek goreng lezatnya, Anda harus reservasi, minimal memesan lewat *short message service* alias sms. Ehm, sampai segitunya ya.... [...] Nama Bebek Ali dikenalkan seorang teman setahun yang lalu. Mungkin saya termasuk ketinggalan informasi karena menurut kawan saya rasa bebek goreng racikan orang bernama Ali ini yang paling enak di Bandung. [...] Meski hanya warung tenda di pinggir Jalan Hasanudin, tepatnya di depan Rumah Sakit Boromeus, bebek goreng Ali laris manis.... Tempat ini memang selalu ramai oleh pengunjung. Di depan tenda sudah terparkir beberapa mobil sementara di pinggir berderet sepeda motor. [...] Pernah satu kali datang tapi harus jadi *waiting list* menunggu salah satu meja ditinggalkan penghuninya. Jika beruntung, tanpa langsung datang pun bisa dapat tempat duduk. Tapi jika tidak, siap-siap saja kecewa. Saya pun beberapa kali dikecewakan, ketika datang malah sedang bongkar tenda. [...] Ternyata diakui sang pemilik... dari mulai tenda dibuka saja sekitar pukul 17.00 WIB penggemar Bebek Ali sudah banyak yang antre. Biasanya bebek sudah habis sampai pukul 20.30 WIB.

Gambaran serupa itu terjadi juga di warung tenda Madtari di kawasan Dago. Di warung yang menu andalannya adalah roti bakar dengan berbagai isi (terutama keju) itu,

pada akhir pekan, pengunjung yang tidak mendapatkan tempat duduk harus rela menyantap makanan di teras dengan menggalar tikar. Demikian pula di Kartika Sari, yang sangat terkenal di Bandung itu. Toko roti dan kue yang tersebar di beberapa tempat di Kota Bandung itu selalu penuh dengan pengunjung, apalagi jika akhir pekan plus hari libur nasional, ketika banyak pengunjung dari luar kota memborong produk toko itu yang sudah dianggap sebagai oleh-oleh khas Bandung.[]

15

Kuliner Homogen, Heterogen, dan Hibrida

Adalah jelas bahwa keberadaan restoran-restoran cepat saji berjaringan global—dalam konteks Indonesia berarti restoran-restoran waralaba asal mancanegara—di suatu masyarakat menjadi penanda penting bagi integrasi masyarakat itu pada homogenitas global. Seperti dikatakan oleh sosiolog konsumsi asal Amerika Serikat George Ritzer (2006: 66-67)—yang terkenal dengan buku *The McDonaldization of Society*:

> ... setiap restoran cepat saji secara relatif tidak merefleksikan lingkungan lokal dan lebih merefleksikan tuntutan-tuntutan struktural dan harapan-harapan dari entitas perusahaan di mana ia menjadi bagiannya. Walaupun kontraktor-kontarktor lokal mungkin digunakan, mereka akan bekerja sesuai dengan cetak biru, template, dan ketentuan-ketentuan dari markas besar pusat. Selanjutnya, banyak komponen restoran—papan-papan tanda, atap pelindung, konter, dan sebagainya—mungkin merupakan komponen yang identik dengan komponen-komponen di banyak *outlet* [gerai] lainnya. Pada akhirnya, hanya ada sedikit yang bisa digunakan untuk membedakan sebuah [gerai] McDonald's di daerah Barat Laut dari McDonald's lainnya yang ada di Barat Daya atau Tenggara. Bila terdapat perbedaan, perbedaan-perbedaan ini lebih mungkin berasal dari tuntutan-tuntutan yang meningkat dari kantor pusat untuk beberapa keanekaragaman daripada berasal dari realitas-realitas lokal.

Tetapi, elemen homogenitas tidak selalu berasal dari restoran-restoran waralaba asal mancanegara; elemen itu juga sering muncul dari restoran-restoran lokal. Ini terjadi karena restoran-restoran lokal itu mengadopsi elemen-elemen restoran global, mungkin dalam segi sistem, atau teknik, atau desain, atau bahan masakan yang sama dengan produk kuliner global—atau kombinasi dari sebagian atau semua itu. Di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung, hal ini menjadi jelas. Sebagai gambaran, walaupun disesaki oleh berbagai restoran cepat saji asal mancanegara yang hadir melalui sistem waralaba (*franchise*), mulai dari yang sudah sangat mapan keberadaanya seperti KFC, McDonald's, Dunkin Donuts, Pizza Hut, A & W, hingga yang baru belakangan hadir seperti BreadTalk dan Starbuck Coffee; tetapi Bandung juga menampung kehadiran banyak restoran cepat saji lokal seperti Es Teler 77, J.CO Donuts and Coffee, Excelso, Solaria, Papa Ron's, dan Tonijack's Indonesia.

Es Teler 77, misalnya, telah memelopori penerapan sistem restoran cepat saji oleh restoran lokal—meskipun menu-menu yang ditawarkannya sangat kental dengan lokalitas. Mereka juga mengembangkan bisnisnya dengan sistem waralaba, bahkan telah berekspansi hingga ke mancanegara seperti Singapura, Malaysia, dan Australia. Sedangkan J.CO Donuts and Coffee, ia jelas merupakan *indigenous clone* dari Dunkin Donuts—meskipun mengklaim diri bahwa donat produk mereka bercita rasa "lebih ringan, sehat, dan bergaya" daripada donat produk waralaba asing yang mereka nilai memiliki rasa yang cenderung "berat dan manis" (lihat Nugraha, 2006). Sama halnya dengan J.CO , Papa Ron's adalah

restoran pizza versi lokal, tiruan dari Pizza Hut—meskipun memproduksi pizza dengan cita rasa yang telah disesuaikan dengan lidah orang Indonesia.

Ada pula Klenger Burger (lihat karedokbandung.com, 2009; Arfiani**,** 2010), sebuah kedai burger waralaba lokal yang memiliki tiga gerai di Bandung. Meskipun dari namanya jelas menunjukkan bahwa burger yang dijual restoran ini adalah burger lokal, tetapi menu yang ditawarkannya lebih kurang sama dengan restoran burger lain, ada *beef*, *chicke*n, *sub* (sejenis *hotdog*), kentang goreng, dan minuman ringan. Tempatnya pun didesain dengan interior yang menyerupai restoran-restoran waralaba internasional seperti KFC atau McDonald's. Kesamaan lain kedai burger ini dengan restoran burger pada umumnya adalah layanan pesan-antar (*delivery service*) yang ditawarkannya. Pengembangan bisnis yang dilakukan Klenger Burger pun memakai sistem waralaba—suatu ciri dari sistem bisnis global. Seperti yang dikatakan Ritzer (2006: 249), restoran-restoran dengan sistem swalayan dan *franchise* adalah indikator makanan global—yakni terhomogenisasi. Makanan-makanan yang diiklankan besar-besaran juga merupakan ciri produk globalisasi. Hal ini terjadi karena semua kekuasaan ekonomi, pemasaran, periklanan, dan sebagainya terdapat pada kekuatan-kekuatan yang mendukung globalisasi. Jadi, kembali pada soal Klenger Burger, banyak elemen dalam burger produk lokal ini, termasuk desain gerai penjualannya, yang merupakan tiruan homogen dari restoran sejenis yang berskala global.

Tetapi, hendaknya tidak diasumsikan bahwa kehadiran elemen global dalam dunia kuliner terbatas hanya pada restoran-restoran cepat saji. Pada gerai makanan lokal, yang tidak dikategorikan sebagai restoran cepat saji, pun bisa muncul elemen global yang menjadi penanda homogenitas. Sebagai contoh, di Bandung, toko kue Soes Merdeka mengembangkan sistem waralaba agar produk *bakery*-nya bisa *go international* (lihat kulinologi.biz, 2010a). Selain itu, walaupun toko kue ini kental dengan sejarah masa penjajahan Belanda dan mempertahankan keaslian resep kue-kue Belanda, tetapi mereka juga mengadopsi elemen global dalam segi tampilan dengan menampilkan oven di depan gerai sehingga konsumer bisa melihat proses pembuatan kue-kue mereka (*ibid*)—ini adalah pengaplikasian konsep *open kitchen,* salah satu estetika dalam kuliner Barat.[261] Contoh serupa dapat ditemui di Warung Bakmi Jowo DU67 (berada di Jalan Dipati Ukur No 67, Bandung). Tungku arang tempat memasak bakmi jawa—kuliner yang asalnya dari Gunung Kidul, Yogyakarta—itu berada di bagian depan rumah makan Contoh-contoh tentang penerapan konsep *open kitchen* pada restoran atau warung makan lokal kini dapat ditemui di banyak tempat makan di Bandung.

Walaupun contoh-contoh di atas menegaskan fenomena homogenitas dalam dunia kuliner, tetapi pada saat bersamaan mereka juga menunjukkan adanya berbagai variasi dan penjejeran antara elemen global dan elemen lokal—dengan kata lain, heterogenitas. Jadi, antara elemen-elemen homogenitas dan heterogenitas, sering kali—untuk tidak mengatakan selalu—terjadi relasi dan pengkombinasian untuk membentuk satu produk yang sama, layakanya ungkapan "dua sisi dari sekeping mata uang". Hal ini telah disinyalir oleh Fox (2009) ketika dia mengatakan bahwa terjadinya proses homogenisasi kebiasaan makan (*food habit)* masyarakat pada satu sisi akan diimbangi—pada saat bersamaan—dengan terjadinya proses heterogenisasi dan hibridisasi (*hybridization*) cita rasa makanan pada sisi lain.

> *…as the world grows smaller and communication more immediate, we can perhaps look toward a greater homogenization of food habits. We are perhaps at the moment very lucky to be at the stage where ethnic identity is not yet blurred and the world is in an exciting state of mixing and mingling and transferring of tastes.* (Fox, 2009).

Barangkali, fenomena seperti heterogenisasi dan hibridisasi itulah yang dimaksud oleh ungkapan terkenal dari pemikir pascamodernisme Jean-Francois Lyotard dalam *The Postmodern Condition* (1979, dalam O'Donnell, 2009: 142), "Marilah kita berperang melawan totalitas ...". Heterogenisasi dan hibridisasi adalah strategi bagi setiap masyarakat lokal untuk "berperang" menghadapi totalitas dari efek homogenisasi—meskipun strategi yang sama sering kali juga digunakan oleh berbagai kekuatan global (korporasi-korporasi multinasional) untuk mengukuhkan diri dalam realitas lokal.

Salah satu topik mengenai heterogenitas dalam dunia kuliner yang boleh dikata tidak ada habis-habisnya didiskusikan adalah soal menu-menu bercita rasa lokal yang diproduksi oleh restoran cepat saji McDonald's di berbagai negara (lihat Bab 5). Produk-produk McDonald's yang bercita rasa lokal itu juga hadir di berbagai kota di Indonesia—tentu termasuk di Kota Bandung. Messwati (2000) dalam artikel opininya di *Kompas*, "Paket Nasi dan Sinkretisme Kebudayaan", memaparkan fakta menarik perihal ini. Dalam amatannya terhadap gerai-gerai jaringan restoran waralaba restoran McDonald's Indonesia, Messwati menyimpulkan bahwa menu paket nasi adalah "paket top" di Indonesia. Angka penjualan paket tersebut berimbang dengan *cheese burger* (hamburger dengan keju) dan di atas paket-paket yang lain seperti McBurger (hamburger dengan daging sapi). Simak kutipan dari Messawati berikut ini tentang karekteristik konsumer McDonald's Indonesia dalam hal pilihan menu mereka di restoran itu.

> Hari masih sangat pagi. Bandara Soekarno-Hatta Jakarta sepi. Restoran McDonald's di anjungan internasional baru saja buka. Serombongan kecil orang terdiri dari lelaki-perempuan, berkulit sawo matang dan gelap, bicara dalam logat Jawa, masuk dan semuanya memesan apa yang disebut sebagai "paket nasi", terdiri dari nasi putih, ayam goreng, berikut *soft drink*. Beberapa saat kemudian terlihat bagaimana mereka "kriuk kriuk" menyantap hidangannya, sampai ada yang mengangkat kaki segala. Internasionalisasi nasi dan ayam goreng? Atau indigenisasi hamburger McDonald's? (Messwati, 2000).

Kebudayaan global, sebagaimana yang diteorikan oleh Benjamin Barber dalam *Jihad vs. McWorld* (1996, dalam Messwati, 2000) memang memberi medium bagi eksistensi kebudayaan lokal". Itu sebabnya, semboyan kampanye restoran cepat saji McDonald's (sekadar sebagai contoh tentang kebudayaan global) adalah *multilocal campaign* atau "kampanye multilokal". Eksperimen McDonald's dengan menu lokal bukan terbatas pada paket nasi, McDonald's juga pernah membuat McSate, McRendang, McChilli, dan lain-lain (ketika krisis ekonomi melanda Indonesia, mereka membuat "Rice Egg"—memang hanya berupa nasi dan telor ceplok). Dari sudut pandang lokal, ini bisa disebut sebagai keberhasilan dalam "menasikan" McDonald's.

Seperti telah dibahas di Bab 5, di semua kawasan, McDonald's mengembangkan produk lokalnya sendiri-sendiri. Di sini ada pergulatan nilai-nilai lokal dalam berhadapan dengan globalisasi makanan oleh McDonald's. Tetapi, demikian dikatakan Messwati, kelokalan atau indigenisitas itu, dihadapkan dengan globalisasi, bukanlah lalu berada dalam posisi untuk saling menaklukan, saling mengungguli, melainkan justru kelokalan seperti anak kandung dari globalisasi itu sendiri—meski anak kandung belum tentu merupakan jiplakan dari ibu kandungnya, tapi bisa juga justru merupakan kritisisme terhadapnya. Dari sudut pandang bisnis, seperti dilaporkan oleh hasil riset surveyone.co.id.

(2007), penyediaan medium oleh entitas global bagi entitas lokal, jelas dilatarbelakangi oleh kalkulasi ekonomi.

> McDonald's (McD)—restoran yang sudah sangat dikenal di seantero dunia ini memang digemari oleh konsumen Indonesia. Tapi McD tidak akan seramai sekarang jika dia tetap bertahan dengan menu aslinya, burger. Melihat daya beli masyarakat merosot akibat krisis ekonomi, restoran ini dengan cerdik juga menawarkan menu ayam goreng lewat promosi "Panas" (Paket Nasi). Kini kebanyakan konsumen yang datang ke McD bukannya membeli burger, tapi ayam gorengnya yang disukai. Selain harganya terjangkau, rasanya juga enak. (surveyone.co.id. 2007).

Lebih jauh, Messwati memaparkan bahwa strategi yang sama—yakni mengadaptasi elemen lokal—juga digunakan oleh berbagai produk lain. Coca Cola, misalnya, sejak sekitar satu setengah dasawarsa silam aktif dengan iklan-iklannya yang sangat bersuasana lokal. Muncullah iklan-iklan Coca Cola di Indonesia seperti anak-anak yang berlomba untuk mencapai becak Coca Cola sepulang sekolah, remaja yang bermain di sungai, dan lain-lain. Keberadaan minuman siap teguk seperti Coca Cola itu juga merangsang kreativitas lokal yang lalu memunculkan minuman lokal sebagai suatu bentuk tiruan lokal (*indigenous clone)* berupa, antara lain, teh siap teguk bernama Teh Botol Sosro.

Contoh lain adalah konsep heterogenitas yang ditawarkan oleh banyak restoran atau kafe. Di Bandung, restoran dan kafe semacam ini relatif cukup banyak jumlahnya. Salah satunya adalah Kafe Kebon yang berada di Jalan Bagusrangin. Kafe ini menawarkan suasana dan makanan ala Barat tetapi dengan cita rasa Timur (lihat megadiskon.com, 2010a). Di dalamnya, Kafe Kebon terbagi menjadi dua bagian, dengan konsep "*Western meet Eastern*". Di sini pengunjung bisa merasakan suasana tradisional Jawa di bagian depan, dengan bangunan Joglo dan meubel kayu berukir. Sementara jika pengunjung ingin merasakan suasana Eropa, cukup beranjak ke bagian samping kafe yang dihiasi dinding penuh memorabilia ala Barat, meski di sudut-sudutnya masih dapat ditemui sedikit pajangan tradisional. Kafe yang punya spesialisasi membuat pizza ini juga memasang tungku pembuatan pizza, lengkap dengan cerobong asapnya, secara terbuka (konsep *open kitchen*) di salah satu sudut kafe. Tetapi, selain menyajikan pizza—kuliner khas Italia itu—kafe ini juga punya menu makan unik yang berasosiasi lokal yang dinamai Nasi Ayam Busyet—nama ini dipakai karena pedasnya rasa makanan tersebut sehingga orang akan spontan berkomentar, "*busyet* pedes banget!". Pengunjung juga dapat menikmati layanan bar yang didesain ala kafe Barat, lengkap dengan gelas-gelas tergantung di atas bar. Minuman yang ditawarkannya juga terasa eklektik: Sereh Ice Tea—minuman teh yang dipadu dengan irisan lemon ditambah aroma batang sereh.

The Peak, sebuah kafe di kawasan Bandung utara yang membidik segmen kelas atas sebagai konsumernya, juga menawarkan menu heterogen: menu Eropa dan makanan lokal seperti sop buntut. Termasuk dalam menu Eropa yang mereka tawarkan adalah koleksi sekitar 50 jenis *wine*, 20 jenis wiski, dan aneka sigaret. (swa.co.id. 2003). Tetapi, heterogenitas menu yang lebih gamblang mungkin yang ada di Tomodachi Kafe (Blog Kuliner, 2009). Tempat makan yang cukup terkenal dan memiliki bebarapa gerai di Bandung ini menyediakan berbagai macam hidangan, mulai dari *Indonesian food, Japanese food*, *Thai food*, sampai dengan *Western food*.

Sebagai contoh terakhir tentang kuliner heterogen, saya kemukakan di sini Rumah Stroberi yang terletak di lereng perbukitan di daerah Lembang, Bandung (lihat *Nova*, [tt]b; Amiril, 2009). Rumah Stroberi dirancang sebagai restoran bersuasana taman yang

dilengkapi kebun stroberi (*strawberry*)[262]—tipe restoran yang menawarkan suasana santai untuk bercengkerama bersama keluarga atau teman. Sebagaimana tempat-tempat wisata stroberi lainnya di kawasan Bandung, konsep ”petik sendiri buah stroberi” juga ditawarkan di restoran ini—inilah yang justru menjadi komoditas utama, sementara menu makanannya tampaknya hanya merupakan pelengkap (memetik buah stroberi dan kemudian mencuci dan memakannya langsung, memberi kepuasan tersendiri bagi wisatawan, dan inilah yang mereka terutama cari).[263] Dari sudut pandang kuliner heterogen, restoran ini menjadi relevan untuk dibicarakan karena cara mereka mengemas menu-menu yang heterogen dan pengombinasiannya dengan sajian pengalaman memetik buah stroberi—jenis buah-buahan yang kuat citra globalitasnya. Demikianlah, untuk pengunjung dapat menikmati pengalaman memetik sendiri stroberi di kebun yang dimiliki oleh restoran ini, pengelola menawarkan paket wisata petik buah stroberi plus makan siang. Ada menu yang sangat kuat lokalitasnya, yakni nasi liwet komplet khas Sunda (nasi, ayam goreng, gurame goreng, sayur asem, tahu dan tempe goreng, lalap segar, sambal dadak, dan ikan peda asin) yang disajikan secara tradisional. Tetapi, restoran ini juga menawarkan *spaghetti*, *poffertjes*, *klappertaart*, *chicken cream soup*, *bradwurst* (sosis Jerman), *french fries*, makaroni *schootel*, pisang goreng, roti bakar.

Namun demikian, pengertian tentang “kuliner heterogen” hendaknya tidak dibatasi sekadar dalam heterogenitas produknya, tetapi bisa juga dalam pengertian lain, yakni heterogen dalam teknik atau cara penyajiannya. Karakter heterogen dalam teknik penyajian kuliner ini tampil, antara lain, di restoran masakan sunda Bumbu Desa (lihat www.bumbudesa.com). Setidaknya ada empat “sistem” penyajian kuliner yang sama-sama diberlakukan di restoran ini: ala *fast food*, ala rumah makan tradisional, ala warteg (warung Tegal), dan ala Barat. Sistem penyajian mana yang digunakan ditentukan oleh jenis masakannya. Ada jenis masakan yang dapat dipesan dan dibawa langsung oleh tamu (ala *fast food*), seperti tumis-tumisan dan lain–lain; masakan lain dapat diperoleh dengan cara dipesan, dibuat atau diolah di ruang belakang (dapur), dan disajikan, seperti nasi liwet dan ikan bandeng presto bakar (ala rumah makan tradisional); ada pula yang model warteg: makanan dipesan, dipanaskan (karena sudah dimasak sebelumnya), dan disajikan, seperti daging-dagingan dan ikan; dan terakhir adalah dengan cara dipesan, dibuat atau diolah di depan tamu, lalu disajikan (ala *flamming & carving*), seperti pencok, karedok, dan minuman campur.

Contoh sejenis, heterogen dalam teknik atau cara penyajiannya, juga dapat ditemui warung Sarang Kopi (lihat bandunglife.com, 2008). Warung kopi yang berlokasi di komplek Wisata Kuliner Pasbar (Pasar Baru) PAB, Bandung (di sepanjang trotoar Jalan Otista) ini menyajikan berbagai macam pilihan variasi produk kopi, seperti aceh-gayo, mandheling, sidikalang, java arabica, toraja kalosi, kintamani arabica, bajawa arabica, papua arabica—semua pilihan kopi ini adalah produk Indonesia dari Sabang hingga Marauke. Semua jenis kopi itu diolah dan disajikan dengan tiga “teknik” minuman kopi (*Vietnam drip, French press*, dan kopi tubruk) sehingga membuat menu yang ditawarkan warung kopi ini berkarakter heterogen. Pada teknik yang pertama, kopi diseduh air panas dan kemudian diletakkan di dalam *coffee drip* untuk mendapatkan tetesan kopi; pada *French press*; kopi disajikan dengan *coffee press*-nya untuk menekan atau menyaring ampas kopi; sedangkan yang terakhir. kopi tubruk, adalah olahan khas Indonesia, yakni kopi langsung diseduh dan disajikan tanpa menyaring ampasnya terlebih dahulu.

Contoh-contoh di atas menunjukkan bahwa *dalam kondisi globalitas* seperti sekarang ini, masyarakat lokal justru didorong untuk mampu mempertahankan—

bahkan lalu mengembangkan—produk kuliner lokal mereka sendiri dengan strategi eklektisisme (menyejajarkan berbagai jenis kuliner yang berlainan dalam satu tempat makan) sehingga terbentuk suasana heterogen. Tetapi, dorongan itu bukan hanya dapat memunculkan kuliner eklektik atau heterogen; pada level lebih lanjut, itu juga memungkinkan lahirnya produk kuliner hibrida (campuran, *fussion*). Sementara, pada kemungkinan lain, dorongan tersebut bisa saja—bahkan sering kali—memunculkan kembali produk kuliner lokal yang benar-benar berupaya menjaga otentisitasnya sendiri sebagai rekasi terhadap serbuan masuk kuliner global ke wilayah lokal—sebagaimana akan dicontohkan pada segmen lain nanti.

Dalam ranah studi-studi sosial-humaniora, khususnya studi yang berfokus pada pascamodernisme, hibriditas atau peleburan (*fusion*) diteorikan sebagai karakter dari budaya konsumer yang muncul pada masyarakat kapitalis-industrial tahap lanjut (*late capitalism*) seperti sekarang ini—dalam pandangan Jean Francois Lyotard, inilah yang disebutnya sebagai "kondisi pascamodern" (*postmodern condition*). Dalam budaya konsumer (secara sosial berarti masyarakat konsumer) ini, identitas yang bersifat primordial diterabas sekat-sekatnya; dan sebagai gantinya, identitas kontemporer dikonstruksi melalui praktik sosial sehari-hari, bukan sebagai sesuatu yang esensial (seperti pada masyarakat tradisional), tapi lebih sebagai retorika, kesenangan, eksperimen, bahkan "permainan".[264]

> *Fusion cuisine is a metaphor for postmodernity, representing…violation of boundaries (a sort of culinary miscegenation, time/space boundaries are no longer nearly as relevant, …the intermingling of the global and local), recombination of disparate elements in playful, perhaps irrational, ways; a break from eating as fueling (rational), to eating as enjoyment (playful); and privileging sensory experience over practical matters (cost, efficiency, ease of sourcing).* (Tinderbox, 2008).

Ihwal produk kuliner hibrida itu, Messwati (2000) telah mensinyalir bahwa keberadaan toko roti dan kue modern bisa memunculkan jajan-jajan pasar yang dikemas secara lain. Pandangan serupa dikemukakan oleh pengelola toko roti dan kue Prima Rasa di Bandung. Menghadapi kehadiran *bakery* modern dari mancanegara (misalnya Holland Bakery), mereka justru melihatnya sebagai satu peluang untuk menciptakan variasi produk karena masing-masing (*bakery* global dan *bakery* lokal) memiliki keunikan dan kekhasan sendiri dalam produknya. "Jadi semakin menambah inovasi dan variasi [produk] *bakery* yang ada di Bandung" kata pengelola Prima Rasa (lihat kulinologi.biz, 2010a). Dari situlah bisa lahir hibriditas kuliner.

Di Bandung, jajan-jajan pasar atau kue-kue tradisional khas daerah setempat umumnya masih eksis karena, antara lain, menerapkan strategi inovasi itu. Keberadaan toko roti, kue, *pastry*, dan camilan (*snacks*) serta industri *bakery* modern yang cukup banyak di kota itu—yang diikuti dengan tumbuhnya kreativitas lokal untuk membuat beragam produk roti dan kue ala Barat itu (lihat Liem, 2006a & 2006b)—telah ikut memicu munculnya kue-kue dan camilan lokal-tradisional yang dimodifikasi—yang dibuat dengan resep baru, atau dikemas dan dijual dengan cara-cara baru yang dianggap selaras dengan, atau mencerminkan, nilai-nilai kemodernan. Begitu pula hadirnya berbagai macam minuman modern seperti minuman bersoda (*soft drink*) serta aneka jenis *milkshake* dan es krim telah turut melatarbelakangi munculnya minuman lokal-tradisional yang kemudian dimodifikasi dengan unsur-unsur global-modern. Dalam etos hibriditas seperti itu, para artisan kuliner bisa dengan mudahnya "bermain-main", bereksperiman, untuk membuat, misalnya,

“puding cincau saus karamel”, atau “awug coklat”, atau “italiano pizza cireng” (yakni cireng [*aci* digoreng, gorengan khas Bandung] bercita rasa italiano pizza)—sekadar untuk menyebut sebagian kecil contoh.

Ihwal cireng, secara khusus bisa dikemukakan bahwa dalam beberapa tahun terakhir ini penganan khas Bandung ini memang telah mengalami inovasi terus-menerus sehingga telah bergerak lebih jauh dari tititk awalnya yang “sekadar” gorengan murah yang dijual pedagang gorengan keliling. Inovasi itu telah melahirkan, antara lain, kripik cireng berbagai rasa (keju, balado, jagung bakar) dan cireng *barbecue* (lihat Ponisa, 2009). Inovasi lain terhadap camilan khas Bandung ini ialah apa yang disebut sebagai “cireng isi”, produk cireng dengan aneka isi, seperti cireng isi keju, oncom, daging sapi, daging ayam, kacang hijau, dan cireng isi sosis (lihat Yuliantina, 2009). Ada pula inovasi berupa cireng yang dijual dalam keadaan mentah (lihat cirengkoe.indonetwork.co.id, [tt])—padahal secara tradisional cireng dijual dalam keadaan matang sebagai gorengan. Produk ini dijual dalam kemasan *vacuum sealer* sehingga lebih tahan lama. Sebagaimana produk makanan kemasan lainnya, cireng kemasan juga dilengkapi petunjuk penggorengan dan tanggal kadaluwarsa produk yang tertera dalam kemasannya. Inovasi cireng kemasan ini juga terjadi pada cara penjualannya yang dilakukan secara *on-line*. Berbagai inovasi yang dilakukan terhadap cireng sebagai penganan lokal-tradisional tersebut menunjukkan bahwa hibriditas kuliner bukan hanya terjadi dalam segi produk makanannya (bahan, resep, rasa, aroma), tetapi juga bisa terjadi pada segi-segi lain dari kuliner—teknik pengemasannya, cara penyajiannya (*food presentation*), atau cara pemasarannya.

Dalam spirit hibriditas pula, produk kuliner semacam “Pisang Ijo Ala’Din” bisa muncul dan memperoleh eksistensinya di Bandung belakangan ini. Pisang ijo adalah makanan tradisional asal Makassar, Sulawesi Selatan. Tetapi, makanan khas Makassar itu kini sudah bertebaran di Bandung. Simaklah deskripsi tentang penganan itu berikut ini, yang dikutip dari laman www.majalahduit.co.id:

> Jajanan tradisional yang dibuat modern. Itulah konsep yang dikembangkan Pisang Ijo Ala’Din. Dari namanya Pisang Ijo Ala’Din menjajakan Pisang Ijo, makanan tradisional yang dibuat dari pisang dan “dibungkus” adonan tepung beras lalu diguyur santan kelapa. Nama “Ijo” bukan karena pisangnya memang *ijo* (hijau), tapi adonan yang membungkus pisangnya berwarna hijau dari pewarna alami. Di tangan Erri Hamdhani, pendiri Pisang Ijo Ala”Din, santan kelapa diganti dengan menggunakan *fla* yang terdiri dari vanila rum, coklat kismis, stroberi, dan nangka serta ditaburi irisan keju. Tentu saja rasa Pisang Ijo Ala”Din jadi beda. Ada sensasi tersendiri bagi yang terbiasa makan Pisang Ijo tradisional. (Setiawan, 2009).

Di pinggir jalan pun dengan mudah bisa ditemui banyak kuliner hibrida. Pisang Ijo Ala’Din yang telah disebut di atas, juga dijual ala kaki lima (antara lain di depan minimarket Indomaret atau Alfamart) dengan gerobak yang didesain secara modern sebagai *counter*-nya. Bahkan, di penjual-penjual makanan kaki lima yang sebenarnya, dengan gerobak yang *mangkal* persis di pinggir jalan yang berimpitan dengan lalu lalang kendaraan, kuliner hibrida adalah sesuatu yang gampang ditemui. Sekarang ini, penganan pisang goreng keju atau singkong goreng keju atau pisang ijo bisa diperoleh konsumer di banyak tempat di pinggir-pinggir jalan di Kota Bandung.

Jika contoh-contoh tentang kuliner hibrida yang dipaparkan di atas disimak lebih saksama, tampaknya keju—elemen kuliner yang berasosiasi makna Barat itu—adalah bahan masakan yang menjadi salah satu elemen penting pembentuk hibriditas kuliner tersebut, khususnya untuk jenis makanan camilan, bukan makanan pokok. Kafe Madtari

(sebenarnya warung tenda di pinggir jalan), di Jl Dipatiukur, Bandung, barangkali merupakan contoh yang tepat untuk menunjukkan keju sebagai elemen esensial pembentuk kuliner heterogen. Menu utama kafe yang populer di kalangan pelajar dan mahasiswa ini adalah roti bakar keju, pisang bakar keju, dan ”internet”—akronim dari indomi, telur, dan kornet (*corned*)—yang juga dipadukan dengan keju. Elemen kuliner lokal maupun global berpadu di sini.

Penggunaan keju yang kini makin variatif dalam pengkombinasiannya dengan berbagai makanan lain, termasuk makanan tradisional, tampaknya memang telah turut memungkinkan terjadinya hibriditas itu. Di Indonesia, konon keju dibawa pertama kali oleh Belanda pada tahun 1600-an. Pada awalnya, keju diolah menjadi makanan-makanan Barat dan hanya disajikan pada saat tertentu. Namun, kini keju dengan mudahnya ditemukan dalam makanan-makanan sehari-hari seperti roti bakar, bakso, mi instan, nasi goreng, bubur, bahkan makanan lokal seperti singkong, tape, pisang, dan lain-lain—makanan yang dulu bisa dibilang berseberangan dengan keju (lihat *Kompas*, 2009b).

Bagaimana dengan hibriditas kuliner yang dikembangkan oleh para artisan kuliner yang ada di restoran, kafe, atau rumah makan? Paparan berikut perihal inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pemilik Toko You, seorang ahli kuliner peranakan Tionghoa, kiranya dapat memberi gambaran contoh yang memadai soal hibriditas masakan yang disajikan oleh rumah makan (lihat Fitrianto & Ivvaty, 2009; *Nova*. [tt]a.). Selain menjual masakan yang lazim ditemui di restoran masakan China, mulai dari capcay, fuyunghai, berbagai jenis ayam goreng dan masakan laut, dan—tentu saja—bermacam-macam olahan mi, menu khas Toko You (beralamat di Jalan Hasanuddin, Bandung) adalah masakan bernama “nasi rawon panggang”. Pengunjung yang membaca buku menu akan menemukan penjelasan sebagai berikut di bawah menu itu: “… 120 gr daging sapi *tenderloin* dengan bumbu rawon dipanggang dengan kematangan sesuai selera pemesan. Kaldu rawon disajikan terpisah…”. Jadilah perpaduan *steak* dengan rawon—sebuah hibriditas kuliner yang sangat unik. Kuah rawon yang segar dipadu dengan daging panggang yang diiris tipis-tipis, gurih dengan aroma daging bakar segar seperti *steak;* dengan begitu, sari dagingnya tidak hilang. (Menurut pandangan pemilik Toko You, kebanyakan orang memasak rawon dagingnya langsung ikut dicampur dengan kuah, akhirnya dagingnya jadi *kapes-kapes,* tidak ada rasanya). Pada perkembangannya, nasi pada menu rawon panggang ini diganti dengan mi.

Rumah makan ini juga mengadopsi tahu gejrot (jajanan khas Cirebon yang terdiri dari potongan-potongan tahu kulit, disiram air gula merah dan irisan bawang merah serta cabai rawit mentah) dalam menu Mi Tahu Gejrot, yang dihidangkan dingin seperti *mori soba* dari Jepang. Untuk mempertahankan rasa khas tahu gejrot, mereka “mengimpor” langsung tahu dan kuah air gula merah itu dari tempat asalnya, kawasan Ciledug, Kabupaten Cirebon. Pengombinasian mi dan tahu gejrot sepintas mungkin tidak tampak sebagai suatu bentuk hibrida; tetapi bila mengingat bahwa mi telah mengalami proses globalisasi dalam beberapa dasawarsa terakhir seiring dengan globalisasi kuliner China (lihat Fox, 2009), sementara tahu gejrot tetap merupakan kuliner lokal, maka tidak dapat disangkal bahwa apa yang disebut “mi tahu gejrot” ini adalah sebuah kuliner hibrida.

Inovasi kuliner hibrida yang dilakukan Toko You tersebut menunjukkan bahwa institusi-institusi kuliner seperti restoran, kafe, atau rumah makan, senantiasa menjadi tempat penting bagi lahirnya berbagai macam kuliber hibrida—dan institusi kuliner yang inovatif seperti Toko You ini bukanlah sesuatu yang langka di Bandung. Kafe Kebon adalah contoh lain dari tempat makan yang melakukan inovasi kuliner sehingga

melahirkan menu masakan hibrida. Meski berciri khas sebagai kafe pizza yangf menyajikan pizza orisinal ala tanah leluhurnya Italia, tetapi kafe ini juga membuat jenis pizza yang tidak ada di tempat lain, yakni Pizza Terong—pizza yang merupakan makanan khas Italia itu diramu dengan terong balado yang menjadi salah satu makanan khas Indonesia (lihat megadiskon.com, 2010a).

Contoh lain adalah toko roti dan kue Kartika Sari yang sudah melegenda—setidaknya bagi warga Bandung. Toko ini telah sejak lebih dari dua dekade yang lalu, tahun 1986, memelopori produksi kue yang jelas-jelas memperlihatkan karakter hibrida: Pisang Bolen dan Peuyeum Keju Bolen (lihat bakeryindonesiamag.com, 2008). Toko kue lain yang juga sudah melegenda di Bandung, Soes Merdeka, juga menerapkan strategi heterogenitas dalam produk-produknya: memadukan resep tradisional dengan *bakery* modern. Strategi ini mereka tempuh untuk menghadapi tantangan globalisasi yang dihadirkan oleh *bakery-bakery* modern dari mancanegara—misalnya Holland Bakery. Menurut mereka, jika mempertahankan resep-resep tradisional produk mereka akan jauh lebih punya ciri khas karena sulit ditiru *bakery* asing, sehingga tidak terdesak oleh kehadiran *bakery-bakery* modern tadi. Misalnya, kue dipadukan dengan resep tradisional Indonesia dengan cara menambahkan rempah-rempah seperti pada kue Bangket yang di dalamnya ada jahe. Ini menghasilkan produk yang merupakan paduan resep tradisional dengan pengolahan modern—sesuatu yang sulit ditemui di *bakery* modern global. Demikian pula toko kue dan roti Prima Rasa, mereka melakukan inovasi dengan mengembangkan perpaduan resep tradisional dengan pengolahan modern. Contohnya adalah produk-produk seperti bolu ketan item, brownies kukus ketan item basah, lapis philipine, picnic roll, brownies panggang.

Demikianlah, *kondisi globalitas* yang dialami masyarakat-masyarakat lokal di berbagai belahan dunia, tidak terkecuali masyarakat urban Bandung, bukan saja telah ikut memicu terbentuknya beragam jenis kuliner heterogen, tetapi—pada tataran level lebih lanjut—itu juga telah memungkinkan lahirnya berbagai produk kuliner hibrida. Hibriditas semacam ini menunjukkan bahwa, dalam perspektif kontemporer, berbagai kelompok masyarakat dalam skala global senantiasa berada dalam kondisi inter-relasi satu sama lain. Dalam kondisi itu, masyarakat yang satu bisa mengadopsi elemen yang dimiliki masyarakat lain. Bahkan, lebih jauh dari itu, masyarakat yang satu sering mengadaptasi elemen dari masyarakat lain untuk kemudian membentuknya menjadi elemen baru dalam bentuk hibrid. Di dalam masyarakat, berbagai entitas hibrida dapat ditemui dalam kehidupan sehari-hari—dan kuliner hibrida hanyalah salah satunya.[]

16

Kuliner yang Berubah Desain[265] dan Fungsi karena Perbedaan Budaya

Salah satu modus teknokultur yang, menurut saya, relatif jarang didiskusikan adalah soal pentingnya perbedaan budaya sebagai salah satu faktor penting di balik terjadinya perubahan desain dan fungsi teknologi. Pengertian "perbedaan budaya" di sini bukan saja merujuk pada perbedaan bangsa atau kelompok etnik, atau lokasi geografis (seperti "budaya Sunda", "budaya Jawa"), tetapi juga bisa merujuk pada perbedaan strata sosial (dalam lingkup satu masyarakat yang sama) atau kelompok sosial tertentu (misalnya kaum muda urban atau mahasiswa). Dalam pengertian yang demikian, bisa saja orang menyebut istilah "budaya kalangan kebanyakan" (*lower class culture*), untuk membedakannya dari "budaya kelas menengah" (*middle class culture*) dan "budaya kelas atas" (*upper class culture*); atau "budaya anak muda" (*youth culture*), untuk membedakannya dari karakteristik kultural yang diasosiasikan dengan generasi yang lebih tua dalam masyarakat setempat.

Dalam bidang kuliner, berlakunya modus teknokultur tersebut adalah hal yang banyak terjadi—ini mungkin karena inter-relasi kultur makanan (*food culture*) relatif mudah terjadi seiring dengan meningkatnya intensitas pergerakan orang antarnegara dalam kondisi globalisasi dewasa ini. Kuliner di Bandung memperlihatkan banyak contoh yang relevan untuk diskusi ini. Salah satunya ialah apa yang belakangan ini diistilahkan orang sebagai "sushi rakyat".

Bagi kebanyakan orang Indonesia, setidaknya hingga dua tahun lalu, sushi[266] masih dikenal sebagai salah satu masakan khas Jepang yang disajikan terbatas di beberapa restoran atau hotel berbintang. Tidak heran bila kesan eksklusif dan mewah dengan harga yang di luar jangkauan orang kebanyakan melekat pada kuliner ini. Di Jepang sendiri (lihat id.wikipedia.org, 2010), sampai tahun 1970-an sushi masih merupakan makanan mewah. Rakyat biasa di Jepang hanya makan sushi untuk merayakan acara-acara khusus, dan terbatas pada sushi pesan-antar. Dalam *manga* (komik Jepang), sering digambarkan pegawai kantor yang pulang tengah malam ke rumah dalam keadaan mabuk. Oleh-oleh yang dibawa untuk menyogok istri yang menunggu di rumah adalah *sushi*. Walaupun rumah makan *kaitenzushi* yang pertama sudah dibuka tahun 1958 di Osaka, penyebarannya ke daerah-daerah lain di Jepang memakan waktu lama. Makan sushi di restoran sebagai acara seluruh anggota keluarga (*family outing*) terwujud di tahun 1980-an sejalan dengan makin meluasnya *kaitenzushi*. Namun, di Indonesia, satu dua tahun belakangan ini sushi mulai "turun ke jalan"—dijual di kedai-kedai kaki lima, pinggiran jalan. Cita rasa makanan khas restoran dan hotel bintang lima itu pun kini kian merakyat dengan citra "kaki lima". Di Bandung, kedai sushi pinggir jalan kini semakin banyak dengan berbagai kemasan penjualan, mulai dari warung emperan, mobil terbuka, hingga

gerobak dorong. Kedai-kedai ini menawarkan harga sushi yang jauh lebih murah dibandingkan dengan harga sushi di restoran—dengan penyajian dan rasa yang tak jauh beda.

Salah satu kedai "sushi jalanan" di Bandung adalah Sushi Boon yang mengusung slogan, "*eating sushi with different experience*" (lihat Finesso, 2010; cicipsanacicipsini.blogspot.com, 2009a). Kedai ini memiliki keunikan pada tempatnya: bukan sebuah bangunan, kedai, atau *booth*, melainkan sebuah mobil *pick up* (L 300) yang dimodifikasi menjadi dapur terbuka plus kursi-kursi yang tersebar di sekitar mobil itu. Inovasi lainnya ialah ragam menu sushi yang mereka sediakan yang pada umumnya sudah mengalami inovasi untuk menyesuaikan diri dengan selera kuliner konsumer lokal. Beberapa jenis sushi yang menjadi menu andalan kafe ini antara lain adalah *rolling stones* yang merupakan sushi yang terdiri dari *beef teriyaki* dan *melting mozzarella cheese*. Menu ini diperuntukkan terutama buat pengunjung yang tidak menyukai *seafoods* tapi ingin menikmati sushi. Selain itu, ada juga *sweetheart sushi* yang merupakan perpaduan antara *almond* dan *melting mozzarella chees*. Dengan konsep kedai sushi yang bergerak (*mobile sushi*)[267] tersebut, Sushi Boon berupaya "mendemokratisasi" sushi agar dapat dinikmati oleh semua kalangan dan lapisan masyarakat. Sebagian besar penikmat Sushi Boon adalah mahasiswa. Sembari *ngobrol* di kursi plastik yang disediakan di sekitar mobil, mereka menikmati sushi dengan sumpit kayu layaknya orang Jepang asli. Kesuksesan Sushi Boon menggaet publik konsumernya itu menginspirasi munculnya kedai-kedai sushi lain yang lebih kurang serupa (meski tidak berarti harus berkonsep *mobile sushi* juga seperti Sushi Boon): Sushi Baa, Sushi Teio, Sushi Hum, Sushi Kim, dan Sushi Alley.

Dalam perspektif teknokultur, fenomena kedai sushi kaki lima ini relevan untuk menunjukkan berlakunya modus *perubahan desain teknologi karena penggunaannya pada budaya lain*. Keberlakuannya setidaknya pada dua segi: pertama, pada produk sushi-nya itu sendiri; dan kedua, pada tempatnya (tempat sushi itu dijual). Pada segi yang pertama, terjadi inovasi dalam menu berupa sushi *rolling stones* yang dibuat untuk mengakomodasi peminat sushi yang tidak menyukai *seafoods* (apalagi ikan mentah—yang menjadi ciri khas sushi) tapi ingin menyantap sushi. Dari sudut pandang kultur, perubahan "desain produk" sushi itu mengasumsikan adanya perbedaan kultur pengguna (baca: konsumer) produk itu yang melatarbelakanginya. Kultur sushi pada dasarnya adalah kultur *seafoods* (secara tradisional [di Jepang], sushi merupakan makanan dari nasi dan makanan laut mentah), sehingga ketika elemen itu diganti dengan elemen lain yang non-*seafoods* (*beef*, misalnya) karena ada sebagian konsumer dari luar tradisi sushi (konsumer di Indonesia, misalnya) yang tidak menghendakinya, maka perubahan itu sejatinya menunjukkan terjadinya perubahan pada segi desain teknologi karena penggunaan teknologi itu (yakni sushi dalam pengertiannya sebagai entitas teknologis) pada, atau oleh, budaya lain.

Sedangkan pada segi yang kedua, terjadi inovasi dalam hal tempat makan sushi berupa kedai kaki lima (bahkan kedai *mobile* seperti Sushi Boon) untuk mengakomodasi peminat sushi dari kalangan kebanyakan yang sebelumnya mengalami keterbatasan untuk dapat menikmati sushi karena makanan ini hanya disajikan di restoran atau hotel berbintang. Perubahan pada segi (desain) tempat ini juga mengasumsikan adanya perbedaan kultur yang melatarbelakanginya. Di tempat asalnya, Jepang, sushi umumnya dijual di *kaitenzushi*, yakni restoran sushi dengan piring-piring berisi sushi yang diletakkan di atas ban berjalan. Ketika sushi bermigrasi ke luar masyarakat Jepang, aspek-aspek teknis dari kuliner ini bisa berubah untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan, keinginan, dan nilai-nilai (dengan kata

lain, kultur) setempat. Dalam kasus di Bandung (kedai-kedai sushi kaki lima menggantikan restoran-restoran sushi), faktor-faktor kultural setempat tampak jelas melatarbelakangi perubahan pada segi teknis dari kuliner sushi itu. Konsumer utama sushi yang dijual di kedai-kedai kaki lima itu ialah kalangan kaum muda (khususnya mahasiswa) di Kota Bandung—bahkan pelaku bisnis Sushi Boon adalah juga sekelompok mahasiswa. Mereka adalah kelompok sosial yang sejak dasawarsa 1970-an dinilai oleh banyak ilmuwan sosial sebagai elemen utama dari evolusi Bandung menjadi apa yang sering disebut orang belakangan ini sebagai "kota kreatif" (*creative city*).

Mengulas sedikit biografi kultural Kota Bandung, status "kota kreatif" yang disandang kota ini terkait dengan berbagai produk industri kreatif (*creative industry*) yang dilahirkannya, yang membuatnya berbeda dari banyak kota lain di Indonesia, bahkan Jakarta. Musik indie, gaya berpakaian yang dimunculkan distro (*distribution outlet*), atau makanan hanyalah beberapa contoh produk Bandung yang membuat kota itu unik. Munculnya kreativitas itu, menurut sosiolog dari Universitas Padjadjaran, Bandung, Budi Rajab, antara lain karena Bandung tidak memiliki akar budaya tradisional sekuat kota-kota lain. Dengan demikian, orang Bandung lebih terbuka dalam menerima ide-ide dari luar dan lebih egaliter. Selain itu, menurut Radjab, Bandung adalah kota yang dibangun Belanda sebagai kota pendidikan sehingga mengundang pelajar dari berbagai daerah ke kota itu. Selain menjadikan Bandung kota plural, kedatangan pelajar itu membuat warga yang berada pada usia produktif pun tinggi jumlahnya. Secara historis, Belanda mendesain Bandung sebagai kota waktu luang dan gaya hidup yang terkenal dengan Jalan Braga dan sebutan "Parisj van Java". Hal ini membuat sejak dasawarsa 1920-an sudah terjadi pertukaran ide dan nilai-nilai budaya dengan pihak luar. "Bandung sejak dulu sudah kosmopolitan," kata Ketua Bandung Creative City Forum Ridwan Kamil. Keterbukaan dan pluralisme itu, menurut Kamil, merupakan salah satu syarat tumbuhnya ekonomi kreatif (lihat *Kompas*, 2008; lihat pula Iskandar, 2006). Kultur kreatif yang melekat pada (kaum muda) warga Bandung itulah yang saya katakan di atas sebagai "faktor-faktor kultural setempat yang melatarbelakangi perubahan pada segi teknis dari kuliner sushi".

Lebih lanjut, fenomena kedai sushi kaki lima tersebut juga relevan untuk menunjukkan terjadinya *perubahan fungsi teknologi oleh faktor perbedaan budaya*. Menyantap sushi di Jepang banyak berfungsi sebagai sarana kultural untuk merekatkan kembali jalinan-jalinan emosional antaranggota keluarga dan membangun kembali suasana kebersamaan—jadi lebih bersifat internal. Sementara di Bandung, menyantap sushi (di kedai pinggir jalan) berfungsi lebih sebagai sarana sosial bagi pelakunya untuk membentuk lingkungan pergaulannya—jadi lebih bersifat eksternal. Dari sudut pandang kajian budaya (*cultural studies*), menyantap sushi di kedai kaki lima sambil *ngobrol* bersama teman (yang kebanyakan dilakukan oleh mahasiswa) barangkali lebih berfungsi secara simbolik sebagai suatu gaya hidup.

Contoh-contoh kuliner elite asal mancanegara lainnya yang dijual dengan strategi ala "sushi rakyat" (dengan mengubah segi-segi teknis kuliner agar cakupan konsumernya jauh lebih luas) dapat di temui di tempat-tempat lain di Bandung. Di Warung Dimsum, *dim sum*—makanan khas dari Cina yang penyajiannya menggunakan *klakat* (wadah dari bambu) dan sumpit—dapat diperoleh dengan harga yang terjangkau oleh orang kebanyakan (lihat Manik, 2008). Keberadaan Warung Dimsum membuat kuliner yang biasanya hanya disajikan di restoran dan hotel itu kini dikenal oleh kalangan masyarakat yang lebih luas, dari warga sekitar, anak-anak sekolah, hingga para mahasiswa. Setali tiga uang ialah apa yang dilakukan oleh Ventia Lasagna (lihat Arifah, 2008a). Meskipun makanan khas Italia

ini mungkin sudah cukup familiar di telinga banyak orang, namun keberadaannya relatif masih terbatas hanya di restoran-restoran Italia atau Eropa. Ventia Lasagna, yang mempunyai bebarap gerai di Kota Bandung, kini membawanya ke pinggir jalan, bersama warung jajanan lainnya seperti Cireng Keraton dan Watebs, dengan harga yang jauh lebih terjangkau bagi orang kebanyakan.

Tren bermunculannya kedai-kedai kaki lima yang menawarkan masakan "elite"—masakan yang biasanya hanya dijual terbatas di restoran dan hotel berbintang—tapi dengan harga warung makan pinggiran jalan itu, menginspirasi pihak manajemen Hotel Savoy Homann—sebuah hotel bersejarah di Bandung—untuk menerapkan startegi serupa: membuat kafe yang menawarkan masakan hotel berbintang tetapi dengan harga yang lebih murah—Sidewalk Cafe (lihat Gandapurnama, 2010). Kafe yang berada di lingkungan Hotel Savoy Homann ini memang tidak hanya menyasar konsumer dari tamu hotel tersebut, tapi juga para *weekenders* yang berkunjung ke Kota Bandung. Menu-menunya beragam, masakan mancanegara maupun Nusantara. Keberadaan kafe semacam ini juga relevan untuk menunjukkan terjadinya perubahan teknologi global (yakni masakan ala hotel yang relatif homogen di lokasi mana pun hotel itu berada) dalam konteks adaptasinya terhadap budaya lokal (yakni kultur makan warga Bandung yang mengapresiasi masakan "elite" mancanegara tetapi menghendaki agar harganya "merakyat"). Argumentasinya ialah bahwa "memindahkan" masakan hotel berbintang ke kefe pinggiran jalan (seperti tersimpul dari namanya, "Sidewalk Cafe") yang bebas dikunjungi siapa saja, mengandaikan perlunya perubahan desain produk masakan maupun berbagai segi teknis yang menyertainya. Selain itu, "pemindahan" ini juga mengandaikan terjadinya perubahan fungsi masakan hotel: dari masakan yang memang diperuntukkan khusus bagi tamu hotel, menjadi masakan bercita rasa hotel tetapi dapat dinikmati oleh siapa saja.

Dalam perspektif teknokultur, contoh-contoh yang telah dipaparkan di atas bukan saja relevan untuk—sekali lagi—menunjukkan terjadinya *perubahan fungsi teknologi karena penggunaannya pada budaya lain*, atau menunjukkan terjadinya *pengaruh teknologi terhadap kultur*, tetapi juga relevan untuk menunjukkan terjadinya perubahan budaya lokal (setempat) akibat masuknya teknologi dari masyarakat lain (*penggunaan teknologi pada budaya lain mengubah budaya setempat*). Kultur *eating out* (sudah dibahas pada Bab 14), yang semula merupakan kultur Barat, secara berangsur-angsur diserap menjadi kultur lokal oleh masyarakat urban Indonesia. Dalam pandangan ini, salah satu faktor penting yang diasumsikan telah membuat praktik kultural *eating out* menjadi lebih "merakyat"—yakni dapat dilakukan oleh siapa saja—antara lain adalah karena munculnya kafe-kafe pinggir jalan yang menjual masakan restoran tetapi dengan "harga kaki lima"—selain menjamurnya berbagai restoran cepat saji asal mancanegara maupun tiruan-tiruan lokalnya. Itulah contoh-contoh ihwal *eating out* versi "rakyat biasa": sebuah kultur yang diintroduksi dan ditumbuhkan—antara lain—melalui keberadaan berbagai macam tempat makan di luar rumah yang murah (rumah makan bersahaja, warung-warung makanan, jajaran "kafe" tenda, kedai-kedai makan kaki lima), yang baru satu-dua dasawarsa terakhir ini berkembang pada masyarakat urban Indonesia. Keberadaan mereka menjadi pertanda bagi berlangsungnya perubahan sosial (dan tentu saja perubahan ini mengimplikasikan adanya perubahan kultural) yang cepat—sebagaimana dinyatakan oleh Robin Fox (2009):

> *The proletariat has evolved its own forms of eating out. The transport café in Britain with its huge portions of bacon and eggs; the French bistro, which was a working-class phenomenon before reverse snobbery turned it into bourgeois chic, with its wonderful casseroles and bifstekpommefrit; the Italian trattoria with its cheap seafood, again*

gentrified in foreign settings; the incomparable diner in America; the grand fish-and-chip warehouse in the north of England; the beer-and-sausage halls of Germany; the open-air food markets in all the warm countries. If we could do a speeded-up film of social change in the last fifty years we would see a grand ballet in which eating moved out of the home and into the public arena on a scale which makes rural depopulation look like a trickle. (Fox, 2009).

Apa yang dikemukakan oleh Fox mengenai bentuk-bentuk *eating out* di mancanegara tersebut, seperti halnya bentuk serupa yang diperlihatkan oleh kedai-kedai sushi kaki lima di Kota Bandung, menunjukkan relevansinya dengan sebuah tren (mungkin tren terbesar) dalam dunia kuliner yang disebut "*anti-restaurant*", yang dewasa ini semakin menyebar luas secara global (Tinderbox, 2008). Tren "anti-restoran" ini, yang terutama menolak tradisi makan—khususnya acara makan malam (*dining*)—yang dikonsepkan secara baku oleh restoran-restoran mewah selama ini, menampakkan karakter resisten yang menjadi ciri khas dari kondisi pascamodernitas dewasa ini. Segaris dengan tren "anti-restoran" ini ialah manifesto "*Kill the Restaurant*" yang dideklarasikan oleh Michael Hebberoy (Tinderbox, 2008). Dalam manifesto itu, Hebberoy menyatakan:

…there is a new generation of culinarians actively questioning the establishment, questioning it by acting, cooking, dining outside the bureaucratically controlled mainstream of American food. By the most modest yardstick there are anywhere between several hundred and several thousand black market "restaurants" currently conducting business within the walls of our great country.

We all love restaurants—the glamour, the high ceilings, and soft music. But for some reason a great number of folks have decided to take a different path to feed people and take their money, they don't have licenses, they don't have sought after corner locations, they don't rely on PR firms or foot traffic—this growing cadre of gastronomes set their tables in forgotten warehouses, on great rocky promontories, in cramped apartments, in suburban garages—they cook and they charge and their stories and their food make for one amazing unwinding story….

Kembali ke pokok soal perbedaan budaya sebagai salah satu faktor penting di balik terjadinya perubahan desain dan fungsi teknologi, contoh lain yang relevan dengan modus teknokultur ini dapat ditemui pada kuliner burger yang disajikan di kedai Klenger Burger (lihat Arfiani**,** 2010; karedokbandung.com, 2009). Klenger Burger adalah kedai burger waralaba lokal yang memiliki tiga gerai di Bandung. Apa yang menarik dari kedai burger ini, dari perspektif teknokultur, ialah cara penyajian burger-nya yang memperlihatkan karakteristik perbedaan *locus* budaya yang tercermin pada segi-segi teknis burger. Di tempat asalnya, masyarakat Barat, burger biasanya dibungkus dengan *aluminium foil* atau kantung kertas dan biasa disantap (dengan menggunakan kedua tangan, tanpa pisau dan garpu) sambil beraktivitas, bahkan ketika dalam perjalanan atau berkendara—film produk Hollywood sering memperlihatkan hal ini. Tetapi, di Klenger Burger, burger disajikan di piring, lengkap dengan sendok garpu. Perubahan aspek teknis ini erat kaitannya dengan kultur makan lokal yang menganggap burger sebagai sejenis hidangan utama yang dimakan di meja makan—dan karena itu tidak selayaknya jika makanan ini disantap sambil beraktivitas sebagaimana camilan (meski pada masyarakat Barat burger juga tidak dikategorikan sebagai camilan, tetapi secara kultural ia adalah *fast food*, yang harus dimakan serbacepat—jika perlu sambil tetap beraktivitas). Pengelola Klenger Burger barangkali beranggapan bahwa dengan menyajikannya dalam piring (yang membuatnya

tidak lagi cocok untuk dibawa-bawa), orang jadi bisa makan *burger* ini dengan lebih nyaman, tanpa khawatir sausnya akan menetes di mana-mana.

Tetapi, perubahan teknis tersebut bukan hanya berlatar belakang kultural, melainkan juga berlatar belakang semiotis: dalam budaya lokal Indonesia, burger sering dikonotasikan sebagai makanan untuk kalangan kelas menengah dan atas—bukan *working class*—sehingga pengkonsumsiannya lebih bersifat *leisure*. Perihal ini, sebuah artikel bertajuk "Burger Ekonomis Laris Manis" yang dipublikasikan di laman www.abcculinaryacademy.com (lihat Alamsyah, 2009), memaparkan perbedaan "semiotika burger" antara di kultur Barat dan kultur Indonesia. Dalam masyarakat Indonesia, makanan ala Barat ini sering kali terkesan mahal, barangkali karena pada awal kehadirannya di Indonesia, burger hadir di kafe, restoran, atau mal besar. Padahal, di negara-negara Barat, burger justru makanan praktis dan murah yang tersedia di mana-mana. Dalam kultur Barat, burger adalah makanan sehari-hari masyarakat karena enak dan mengenyangkan—dan yang lebih penting, burger bisa menjadi alternatif paling praktis untuk sarapan maupun makan siang, atau kapan saja bila sedang tergesa-gesa, karena makanan ini bisa disantap di mana pun, bahkan saat dalam perjalanan.

Perbedaan pada dimensi semiotis ini selanjutnya memberi efek pada terjadinya pergeseran fungsi burger: dari fungsi yang lebih instrumental, yakni sebagai pengisi perut lapar (sebagaimana dalam masyarakat Barat), lantas bergerak ke fungsi yang lebih simbolik sebagai penanda identitas sosial. Dalam perspektif teknokultur, perubahan dimensi teknis maupun dimensi semiotis tersebut menunjukkan keberlakuan premis *perubahan fungsi teknologi karena penggunaannya pada budaya lain*. Para teoretikus STS mempostulasikan bahwa pengguna/konsumer suatu objek teknologi memiliki kapasitas kreatif untuk memberikan makna dan kegunaan yang berbeda-beda pada objek itu sesuai dengan konsepsi dan praktik kultural mereka.

Contoh ketiga yang relevan untuk menunjukkan terjadinya perubahan aspek-aspek teknis serta fungsi kuliner karena penggunaannya pada budaya lain ialah mengenai "metamorfosis" roti. Sebuah artikel ihwal tren dan arah pengembangan produk roti yang dipublikasikan oleh Kulinologi Indonesia (www.kulinologi.biz) memaparkan metamorfosis tersebut, yang terjadi karena perbedaan konteks kultural.

> Tak seperti di negeri asalnya, Eropa, yang menjadikan roti sebagai salah satu makanan pokok sumber karbohidrat, roti bagi penduduk Indonesia dijadikan camilan. Makanya kalau diperhatikan, karakteristik roti Eropa dan Asia, termasuk Indonesia, sangatlah berbeda. Karena biasa disantap sebagai pendamping semangkuk sup krim hangat, atau disandingkan dengan keju dan daging olahan, roti Eropa cenderung lebih tawar dan memiliki tekstur yang lebih keras.
>
> Roti tawar merupakan jenis roti yang pertama kali dinikmati bangsa kita. Selanjutnya, barulah muncul tren roti manis dengan bahan-bahan isi seperti cokelat atau keju. Bagi kebanyakan orang Indonesia (yang merasa belum makan kalau belum makan nasi), roti disantap sebagai camilan pengganjal perut, bukan sebagai menu makan yang mengenyangkan. Rasanya lebih manis dan teksturnya lebih lembut. Sangat berbeda dengan adonan roti Eropa yang dasarnya hanya mengandalkan tepung terigu, ragi, dan air. Toh, bagi mereka roti tak perlu punya rasa karena bukan disantap begitu saja sebagai camilan. (kulinologi.biz, 2010b).

Barangkali, itu sebabnya roti yang dibuat oleh Prima Rasa dan French Bakery (walaupun mengusung nama "Prancis", tetapi ini adalah pionir roti modern bergaya Taiwan) tampil lebih modis dengan bentuk yang variatif karena didesain sebagai camilan, bukan makanan

pokok. Mereka berani mengkreasikan bentuk roti di luar pakem: dikepang, dilipat, bentuk segitiga, dicetak dalam *papper cup*, hingga dalam takir daun. Dari segi penampilan, olesan untuk roti modern bermacam-macam, mulai dari kuning telur, *simple syrup*, atau mentega. Teksturnya pun sangat lembut dan empuk. Mereka juga melakukan inovasi dalam mengembangkan perpaduan resep tradisional (dan penggunaan bahan-bahan lokal) dengan pengolahan modern. Prima Rasa, misalnya, mereka mengembangkan produk-produk roti dan kue seperti bolu ketan item, brownies kukus ketan item basah, lapis philipine, *picnic roll*, brownies panggang—semuanya tampil dengan estetika camilan (kulinologi.biz, 2010a & 2010b). Itu pula sebabnya, barangkali, di banyak kota lain di Indonesia begitu mudah ditemui warung atau gerobak keliling yang menjual roti bakar dengan macam-macam rasa—sebagai camilan, bukan makanan pokok. Di Bandung, salah satu kedai roti bakar macam-macam rasa yang paling terkenal ialah Kafe Madtari di kawasan Dago.[]

17

Kuliner yang Dipengaruhi oleh Kultur

Pengaruh kultur terhadap teknologi muncul pada banyak sekali contoh kuliner yang saya tampilkan di bab ini. Munculnya makanan cepat saji atau *fast food* (di sini kuliner atau makanan diasumsikan sebagai entitas teknologis), yang beberapa jenisnya telah dibahas dalam diskusi mengenai kuliner homogen, adalah salah satu contoh yang relevan untuk mengilustrasikan ihwal kuliner yang dipengaruhi oleh kultur. Sejarah makanan cepat saji, seperti ditulis oleh Sari (2008: 5), dimulai pada abad ke-19 saat era industri di Amerika Serikat mulai tumbuh. Saat itu masyarakat sedang berubah dari masyarakat agraris ke masyarakat industri. Mereka pun mengalami perubahan budaya, dari budaya agraris yang longgar dalam penggunaan waktu, menuju budaya industri yang ketat dalam soal penggunaan waktu. Jika sebelumnya mereka tidak, kini mereka memiliki jadwal-jadwal yang harus dipatuhi. Mereka harus bekerja 8-10 jam sehari, dengan waktu istirahat yang pendek, sehingga harus efisien dalam memanfaatkan waktu makannya. Sebagai solusi, muncullah makanan cepat saji. Disebut "cepat saji" karena cara penyajiannya cepat sehingga semua orang bisa menyantapnya sambil berdiri atau berjalan-jalan atau sambil mengerjakan suatu pekerjaan. Deskripsi ini dengan jelas memperlihatkan bagaimana kelahiran (teknologi) makanan cepat saji dilatarbelakangi secara kuat oleh, dan seiring dengan perkembangan, kultur masyarakat industrial yang menjujung tinggi nilai efisiensi dalam penggunaan waktu luang.

Dalam ilustrasi yang lebih spesifik, misalnya burger (yang merupakan salah satu perwujudan dari makanan cepat saji—dan merupakan menu utama di restoran cepat saji McDonald's), berlakunya modus *pengaruh kultur terhadap teknologi* bisa tampak lebih eksplisit. Modus teknokultur ini tampak jelas pada bagaimana makanan ini dikemas. Di masyarakat yang mengkonsumsi burger sebagai makanan pokok, seperti Amerika Serikat, burger dibungkus dengan *aluminum foil* agar burger dapat dengan mudah disantap sambil orang tetap beraktivitas—tetapi makanan tetap higienis. Teknik pengemasan seperti ini secara khusus dapat menunjukkan adanya pengaruh kultur (yakni nilai-nilai yang dikonstruksi oleh para konsumer ketika mereka mengkonsumsi komoditas) terhadap teknologi (yakni komoditas atau objek teknologis yang digunakan atau dikonsumsi oleh para konsumer).

Contoh lainnya bisa tentang berbagai produk camilan lokal dan jajanan pasar yang mengalami proses "modernisasi", entah dalam resep, cara pembuatan, teknik pengemasan, atau cara penyajian, sehingga melahirkan kuliner hibrida (sebagaimana yang ditampilkan pada Gambar 7 di atas) menunjukkan dengan jelas bahwa modifikasi yang dilakukan terhadap produk-produk kuliner tradisional itu dipengaruhi oleh faktor kultural (yakni nilai dan makna yang dikonstruksi dan dilekatkan oleh para konsumer kepada produk-produk kuliner itu). Modus ini juga berlaku dalam berbagai kuliner yang berkarakter heterogen yang telah dibahas sebelumnya. Ketika kuliner global mengadaptasi elemen

lokal seperti yang dilakukan oleh McDonald's, atau ketika kuliner lokal ditawarkan dalam satu paket konsep menu dengan kuliner global atau kuliner mancanegara (seperti kuliner Eropa) oleh sebuah restoran atau kafe, maka strategi adaptasi global terhadap lokal dan penjejeran lokal-global/mancanegara itu secara logis tentu dipengaruhi oleh faktor kultural juga.

Tetapi, modus ini sebenarnya memiliki fokus yang lebih khusus pada analisis mengenai *objek-objek teknologi yang dipengaruhi oleh kultur terutama melalui proses penggunaannya oleh konsumer*. (Kuliner sebagai bentuk fisik adalah objek teknologis). Seperti telah dibahas pada Bab 11, banyak ilmuwan sosial telah mendukung rumusan ini. Sosiolog teknologi Ralph Schroeder (2007: 99) mengatakan bahwa "*users don't just passively consume technology, but actively transform it*". Pandangan serupa dilontarkan oleh sosiolog teknologi Nelly Oudshoorn dan Trevor Pinch dalam buku yang mereka sunting, *How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technology* (2004, dalam Krige, 2006: 31-32). Mereka menggarisbawahi daya atau kapasitas kreatif pengguna (*user*)—termasuk aktor-aktor sosial lainnya yang terlibat dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi—suatu teknologi untuk menciptakan, menegosiasikan, dan memberikan makna dan kegunaan yang berbeda-beda pada teknologi itu sesuai dengan konsepsi dan praktik kultural mereka.

Bagaimana bila postulat para pakar tersebut dicoba diaplikasikan pada kuliner di Bandung? Analisis berikut ini, yang mengambil contoh kuliner brownies kukus[268] Amanda, yang pernah menjadi kue fenomenal pada beberapa tahun yang lalu, dapat menunjukkan bagaimana pengaruh kultur (dalam pengertiannya sebagai makna-makna yang dikonstruksi oleh para konsumer) maujud dalam objek teknologis. Brownies Amanda (sebagai entitas teknologis) adalah hasil dari "evolusi" brownies panggang yang telah dikenal orang sejak lebih dari satu abad silam.[269] Evolusi itu terjadi, setidaknya, karena modifikasi yang dilakukan pada kue dalam tiga segi: modifikasi cara memasak, modifikasi rasa, dan modifikasi cara atau prosedur pengemasan.

Pada segi yang pertama, brownies yang aslinya dimasak dengan cara dipanggang yang menghasilkan tekstur kue yang agak keras kemudian dimodifikasi menjadi dikukus (karena itu dinamai "brownies kukus") sehingga menghasilkan kue bertekstur lembut yang lebih cocok dengan selera konsumer kontemporer. Begitu lembutnya tekstur kue ini sehingga terasa meleleh begitu sampai di mulut (bagian tengah kue ini memang diolesi cokelat meleleh yang membuat konsumen tertarik untuk membelinya; sekali gigitan, terasa kelezatan cokelat yang begitu legit di dalam mulut) (lihat chikastuff.wordpress.com, 2007). Brownies "tradisional" (yang dipanggang) tentu saja bukan kue yang sulit ditemui di Kota Bandung, bahkan sudah sejak lama warga kota itu mengenal jenis kue ini, setidaknya seiring dengan keberadaan usaha *bakery* di kota itu yang sudah cukup banyak pada dasawarsa 1970-an—tetapi brownies "tradisional" itu tampaknya tidak pernah benar-benar menjadi kue favorit masyarakat. Namun, ketika kue itu dimodifikasi menjadi kuliner dengan cita rasa yang lebih sesuai dengan selera konsumer kontemporer, kue cokelat itu langsung jadi favorit.

Pada yang kedua, segi rasa, modifikasi dilakukan terhadap rasa asli brownies yang (hanya) manis menjadi brownies dengan *topping* aneka rasa (*cheese cream, blueberry, tiramisu,* dan *choco marble*—karena hanya sebagai *topping*, rasa kue orisinal masih bisa dinikmati pada lapisan bawahnya). Rasa brownies keju, misalnya, menjadi, paduan manis dan gurih. Modifikasi rasa ini, seperti halnya dalam modifikasi cara memasak, bisa dikatakan terjadi karena keinginan atau selera para konsumernya (meski mungkin

keinginan itu tidak pernah disampaikan secara eksplisit dan langsung ke produsernya) mengingat keju (*cheese*), misalnya, sudah sejak beberapa tahun terakhir menjadi bahan masakan tambahan yang paling digemari konsumer sebagaimana terbukti dari banyaknya jenis masakan, khususnya camilan atau jajanan (roti dan kue) yang menggunakannya.

Pada segi yang terakhir, prosedur pengemasan, modifikasi dilakukan agar brownies bisa tahan lebih lama ketika disimpan. Modifikasi ini dilatarbelakangi oleh keinginan para konsumernya (terutama kalangan wisatawan domestik dari luar Bandung) untuk menjadikan kue ini sebagai oleh-oleh, bukan sekadar "kue biasa" (lihat Aprianti, 2007: 247). Brownies Amanda memang pernah (dan mungkin masih) menjadi salah satu ikon kuliner Bandung sehingga banyak orang yang berkunjung ke Bandung belum merasa benar-benar mengunjungi kota itu jika tidak membawa pulang kue ini sebagai buah tangan (Dinas perindustrian dan perdagangan Kota Bandung pernah menyarankan kepada pemilik usaha brownies Amanda agar brownies kukus mereka dijadikan oleh-oleh khas Bandung, tetapi belum bisa disanggupi). Bahkan, brownies kukus Amanda juga kerap menjadi penganan oleh-oleh sampai ke Amerika Serikat, Singapura, Malaysia, atau menjadi bekal ketika berangkat beribadah haji ke Tanah Suci. Jadi, agar lebih awet untuk dibawa ke luar kota atau ke luar negeri, pemilik usaha brownies Amanda menerapkan prosedur tertentu dalam pengemasan brownies kukus ini, yakni dengan cara diangin-anginkan dulu selama beberapa jam hingga kue kering betul dan tidak menyisakan uap air (*ibid*: 246). Dengan prosedur ini, brownies kukus tahan selama empat hari bila disimpan di tempat cukup kering (jika ditaruh di tempat lembap, brownies mudah berbau apek). Bahkan, bila disimpan di lemari pendingin (kulkas) dengan keadaan tertutup di kataknya, brownies dapat tahan hingga seminggu.

Perubahan-perubahan yang terjadi pada kue brownies "tradisional" sehingga menjadi kue brownies kukus seperti yang dikenal orang melalui brownies Amanda sekarang ini, menunjukkan bahwa entitas teknologi dipengaruhi (bahkan diubah) oleh entitas kultural. Nilai dan makna yang dilekatkan oleh para konsumer kepada brownies Amanda sebagai "bolu kukus cokelat" bertekstur lembut, yang memiliki sejumlah pilihan rasa selain rasa manis, dan cukup awet untuk disimpan dan dibawa sebagai oleh-oleh, itu semua adalah entitas kultural yang dikonstruksi oleh konsumer (sebagai nilai dan makna yang mereka pilih dibandingkan dengan kue cokelat bertekstur keras, hanya berasa manis, dan harus segera disantap karena tidak bisa disimpan lama). Entitas kultural yang dikonstruksi para konsumer ini kemudian dijadikan sebagai basis bagi strategi eksperimen dan modifikasi yang dilakukan pengusaha brownies Amanda pada roti bolu biasa atau pada kue brownies orisinal (yang dimasak dengan cara dipanggang) agar menjelma menjadi kue dengan spesifikasi yang sesuai dengan selera dan kehendak konsumer. Pada titik ini, berlakulah modus teknokultur perihal *objek-objek teknologi yang dipengaruhi oleh kultur terutama melalui proses penggunaannya oleh konsumer*.

Khusus tentang modifikasi rasa, bukan hanya satu dua jenis kuliner yang mengalaminya. Tampaknya, kini tengah muncul tren—setidaknya dalam praktik (wisata) kuliner di Bandung—untuk memodifikasi rasa kuliner tradisional yang tadinya hanya memilki satu rasa menjadi kuliner yang memiliki aneka rasa. Pada dasarnya, semua produk kuliner yang mengalami modifikasi rasa sehingga mengubah rasa asli atau memperkaya pilihan rasa kuliner itu (seperti serabi aneka rasa, pisang ijo aneka rasa, cireng aneka rasa, roti bakar aneka rasa, dan seterusnya) dapat dipostulasikan sebagai kuliner yang telah mengalami perubahan teknis (atau perubahan pada segi fisik) yang disebabkan oleh selera konsumernya—dan soal selera adalah ihwal kultural. Modifikasi

rasa ini tidak terbatas pada strategi penganekaragaman rasa, tetapi juga pada penyesuaian cita rasa kuliner dengan selera (lidah) konsumer lokal. Ini terjadi terutama pada jenis-jenis kuliner yang asal-mulanya dari mancanegara.

Yoghurt Cisangkuy (Cisangkuy adalah nama jalan yang menjadi lokasi tempat makan ini), misalnya, dapat menjadi contoh yang tepat untuk hal tersebut. Yoghurt adalah produk olahan susu yang difermentasi dengan rasa asam yang khas—rasa asam ini membuat yoghurt tidak lazim dikonsumsi sebagai minuman pelepas rasa haus atau dahaga, tetapi dipilih orang karena pertimbangannnya dari sudut kesehatan. Tapi, selera umumnya konsumer terhadap minuman yang berasa manis dan menyegarkan telah melatarbelakangi dilakukannya modifikasi rasa pada Yoghurt Cisangkuy. Apa yang berbeda pada Yoghurt Cisangkuy dari yoghurt pada umumnya ialah rasanya yang tidak asam, melainkan cenderung manis, serta tidak terlalu kental. Rasa yoghurt yang cenderung manis itu disegarkan dengan potongan buah (antara lain stroberi, anggur, *lychee*) yang ada dalam yoghurt yang dapat dipilih sesuai keinginan pembeli. Alhasil, buat orang yang tidak terlalu suka susu, mencicipi yoghurt ini bisa membuatnya lupa bahwa minuman ini berbahan dasar susu yang difermentasi.

"Tuntutan" kultural berupa gaya hidup sehat yang mulai menjadi tren belakangan ini juga dapat melatarbelakangi terjadinya perubahan-perubahan pada segi fisik atau teknis dari kuliner. Pizza Apple di Kafe Tungku adalah salah satu contohnya (lihat sendokgarpu.com, 2008). (Nama "Kafe Tungku" diambil dari keberadaan tungku tanah liat dengan kayu bakar tempat memanggang *pizza* yang bisa dilihat secara langsung oleh pengunjung kafe ini—konsep *visible kitchen*). Bertolak dari "kultur sehat" itulah, seluruh makanan di kafe yang berlokasi di Jalan Budisari ini dimasak tanpa menggunakan MSG (*monosodium glutamate*) atau penyedap rasa yang berbahaya bagi kesehatan. Kafe ini juga menyediakan banyak pilihan masakan yang rendah kolesterol. Menu utama kafe ini adalah Sweet Pizza, yakni pizza yang *topping*-nya bukan hanya daging, ayam atau tuna, tetapi juga buah-buahan. Jadilah, Pizza Nanas, Pizza Pisang, Pizza Apel. Menu khas lain dari kafe ini adalah Cappucino Jahe dan Teh Jahe, juga ada *Cream of Chicken Soup* dengan potongan daging ayam asap yang besar-besar yang bisa bermanfaat untuk meredam gejala sakit flu.

Jika konteks kuliner diperluas, bukan hanya pada produk masakan tapi mencakup juga tempat masakan itu disantap, akan semakin banyak contoh relevan yang bisa ditemui di sekitar kita. Sebagai contoh adalah desain furnitur yang ada di restoran-restoran. Kehendak konsumer (umumnya adalah kaum pekerja di masyarakat industrial) untuk makan serbacepat (karena mereka memiliki jadwal ketat dalam pekerjaan dengan waktu istirahat yang pendek sehingga harus efisien dalam memanfaatkan waktu makannya) mendorong pihak pemilik restoran untuk mendesain furnitur (serta arsitektur interior maupun eksterior) yang sesuai dengan kultur makan serbacepat di kalangan kaum pekerja itu. Alhasil, di restoran-restoran cepat saji (seperti KFC, McDonald's, A & W, atau Dunkin Donuts), hal ini tampak, antara lain, dalam desain tempat duduk yang serba-minimalis (buat apa disediakan tempat duduk nyaman bila pengunjung tidak bermaksud menghabiskan waktu di situ untuk bersantai, bercengkerama bersama keluarga atau teman).

Kultur makan serbacepat itu, secara ekstrem, lebih tercerminkan lagi dalam desain restoran cepat saji yang menyediakan jalur *drive thru* yang memungkinkan pengunjung tetapi berada dalam kendaraannya ketika ia memesan dan memperoleh makanannya. Paparan Ritzer berikut ini dapat menggambarkan dengan jelas perbedaan desain tempat makan antara restoran "tradisional" (kedai makan lokal) dan restoran cepat saji—masing-

masing desain itu mencerminkan kultur makan tertentu, kultur makan lambat saji (*slow food*) versus kultur makan cepat saji (*fast food*).

> Kedai makan lokal adalah sebuah tempat makan di mana para pelanggan tidak hanya untuk makan atau memesan makanan, tetapi juga untuk menghabiskan waktu. *Setting* fisik dirancang untuk menyambut para pelanggan, bahkan merangkul mereka. Jadi, kedai-kedai makan dipandang sebagai "tempat-tempat pertemuan seperti di rumah". Adalah jelas bahwa para pelanggan akhirnya akan diharapkan meninggalkan tempat, namun sementara mereka berada di sana, *setting* fisik dirancang untuk membuat mereka merasa diterima dengan senang hati. Para pelanggan sebuah kedai makan adalah orang-orang yang transit, namun perasaan mereka dikondisikan untuk merasa istirahat sejenak dari kegiatan-kegiatan mereka sehingga mereka dapat menikmati setting khusus dan menikmati apa yang ditawarkan oleh kedai makan tersebut. Dengan kata lain, sebuah kedai makan lokal adalah sebuah tempat yang dirancang untuk menjadi sebuah tempat singgah yang aman, yang menawarkan istirahat dari suatu rentetan kegiatan, tempat di mana orang-orang dimungkinkan untuk menemukan diri mereka sendiri. Sebagai kontrasnya, sebuah restoran jaringan [global] para pengunjung jarang merasa seolah-olah mereka telah tiba di suatu tempat untuk singgah sejenak dari rutinitas kegiatan. Di dalam restoran McDonald's, orang-orang datang dan pergi, jarang yang tinggal dalam waktu cukup lama. Tentu saja, jalur *drive through* adalah sebuah contoh bagus tentang ini karena orang-orang dan mobil mereka mengalir melalui restoran-restoran ini, hampir tidak berhenti cukup lama untuk membayar dan memperoleh makanan mereka. (Ritzer, 2006: 70).

Sebagai kontrasnya ialah pengaruh teknologi terhadap kultur. Modus ini, tampaknya, malah lebih mudah lagi untuk ditemui dalam berbagai segi kehidupan—pun demikian dalam dunia kuliner—dibandingkan dengan modus pengaruh kultur terhadap teknologi. "Popularitas" modus ini barangkali dapat terwakili secara gamblang oleh kuatnya pandangan determinisme teknologi di kalangan banyak ilmuwan, baik ilmuwan sosial ataupun ilmuwan alam. Eksistensi pandangan ini bahkan tidak pernah sepenuhnya pupus hingga hari ini. Dalam praktik (wisata) kuliner di Bandung—jika dicermati—bisa dikatakan bahwa modus ini sesungguhnya muncul pada banyak contoh kuliner yang saya tampilkan di bab ini.

Contoh tentang kedai sushi pinggir jalan di Bandung yang tengah menjadi tren belakangan ini dapat ditampilkan kembali untuk menunjukkan keberlakuan modus tersebut. Pada satu sisi, contoh ini relevan untuk menunjukkan *perubahan desain dan fungsi teknologi oleh faktor perbedaan budaya*; tetapi, pada sisi lain, contoh ini juga menunjukkan terjadinya *pengaruh teknologi terhadap kultur*. Penjelasannya adalah bahwa perubahan atau modifikasi pada aspek teknis dari kuliner sushi itu (membawa kuliner sushi dari tempatnya yang elitis di restoran mewah ke kedai kaki lima yang bersahaja, yang memungkinkannya untuk dijual dengan harga yang jauh lebih murah sehingga dapat dijangkau oleh kalangan konsumer yang lebih luas), pada tahap berikutnya dapat memiliki implikasi kultural yang nyata. Dengan konsep kedai kaki lima tersebut, kini sushi menjadi kuliner yang secara berangsur-angsur sedang dan telah mengalami "migrasi" makna kultural: dari kuliner mancanegara bercitra elite, yang dikonsumsi oleh kalangan terbatas, ke kuliner lokal bercitra "rakyat" yang dapat disantap oleh siapa saja secara "demokratis", tanpa dihalangi oleh sekat-sekat lapisan sosial. Secara semiotis, bisa dikatakan bahwa perubahan bentuk fisik pada tempat makan sushi (penanda) telah mengubah makna atau asosiasi mental (petanda) yang dirujukkan kepada sushi sebagai sebuah tanda (*sign*) (Sardar & Loon, 2001: 10).

Implikasi kultural lainnya dari perubahan aspek teknis kuliner sushi itu ialah pada makna *kegiatan* menyantap sushi. Di Jepang, orang umumnya makan sushi di restoran dan menjadikannya sebagai acara makan bersama keluarga (*family outing*) untuk merajut kembali keintiman di antara para anggota kelurga yang sering terkikis oleh kesibukan kerja masing-masing. Di Bandung, kegiatan menyantap sushi di kedai kaki lima mengubah makna asal menyantap sushi (yakni "kehangatan bercengkerama bersama *keluarga*") menjadi makna baru (yakni "kehangatan mengobrol bersama *teman sebaya*"). Analisis yang seperti itu dapat menunjukkan berlakunya modus teknokultur *pengaruh teknologi terhadap kultur* (ketika desain teknis tempat makan sushi berubah, makna kultural kegiatan menyantap sushi juga berubah).

Perubahan aspek teknis kuliner sushi (dari masakan restoran menjadi masakan kedai kaki lima) itu juga bisa berimplikasi kultural pada terjadinya perubahan pemaknaan terhadap perilaku menyantap ikan mentah (yang menjadi ciri khas kuliner sushi), dari menganggapnya sebagai hal yang "menjijikkan dan berisiko terhadap kesehatan" menjadi anggapan baru bahwa itu adalah hal yang "wajar dan bahkan bisa menyehatkan" (bila tahu cara menyantapnya dengan benar). Memang tidak semua kedai sushi kaki lima di Bandung menawarkan sushi ikan mentah, tetapi kedai Sushi Teio (lihat Ainun, 2010), yang berada di dua lokasi yang dekat dengan kampus dan sekolah, adalah salah satu yang melakukannya. Interpretasi terhadap "teknokultur sushi" yang tidak bersifat monolitik seperti dipaparkan di atas menegaskan kembali—sebagaimana telah disinggung di awal bab ini—bahwa objek-objek analisis dalam teknokultur secara esensial berwatak multimodus.

Keberlakuan modus pengaruh teknologi terhadap kultur juga dapat ditunjukkan oleh keberadaan kedai-kedai kopi *frenchise* internasional (seperti Starbucks Coffee [270] atau Coffee Bean & Tea Leaf) yang telah mengangkat gaya hidup minum kopi sebagai kultur baru di kalangan masyarakat urban kontemporer, seperti masyarakat Jakarta, Bandung, dan kota-kota besar lain di Indonesia. Dengan asumsi seperti itu, dapat dikatakan bahwa keberadaan kedai-kedai kopi *frenchise* internasional sebagai entitas teknologis (misalnya Starbucks, sebagai entitas teknologis ia mencakup produk kopi, berbagai peralatan terkait, dan desain tempat) dapat mempengaruhi terjadinya perubahan budaya atau mengintroduksi kultur baru di tengah masyarakat. Minum kopi di tempat-tempat seperti itu kini telah menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat urban, kalangan sosialita. Di Starbucks Coffee, misalnya, orang bisa membicarakan bisnis, bertemu kawan lama, atau sekadar kumpul-kumpul sambil menikmati kopi.

Keberadaan kedai-kedai kopi *frenchise* internasional itu juga dapat dilihat secara kontekstual sebagai pemicu munculnya kedai-kedai kopi lokal yang berkarakter heterogen, seperti warung Sarang Kopi di komplek Wisata Kuliner Pasbar PAB, Bandung, yang telah ditampilkan dalam pembahasan tentang heterogenitas. Ketika kedai kopi lokal seperti itu muncul, maka kegiatan minum kopi sebagai gaya hidup—dengan kata lain sebagai kultur—turut menyebar ke kalangan masyarakat yang lebih luas. Di warung kopi pinggir jalan seperti Sarang Kopi ini, yang konsumernya dari kalangan kebanyakan, minum kopi tidak lagi sekadar sebagai pemenuhan kebutuhan dasariah manusia, tetapi sudah cenderung menjadi gaya hidup karena ragam jenis kopi serta teknik penyajian yang ditawarkannya menyerupai apa yang ditawarkan oleh kafe-kafe kopi mewah yang kini mulai banyak muncul di Jakarta, seperti Coffee War, kedai kopi Anomali, kedai Kopitiam Oey, Excelso. Bahkan, pada titik ini, sebuah kedai kopi lokal pinggir jalan (warung Sarang Kopi) bisa memiliki titik temu atau kemiripan karakter dengan sebuah jaringan kedai kopi global

terkenal asal Amerika Serikat (Starbucks Coffee): keduanya sama-sama menjual gaya hidup minum kopi (bukan sekadar menjual kopi)—meski kelas konsumernya mungkin sangat berbeda.

Dengan mengabaikan konteks perbedaan budaya, berkembangnya kultur makan di luar rumah (*eating out*), mengantre untuk memperoleh giliran tempat duduk di restoran, atau merayakan ulang tahun anak di restoran cepat saji, yang telah dibahas di atas, semua itu juga relevan untuk menunjukkan berlakunya modus pengaruh teknologi terhadap kultur. Demikian pula berkembangnya kultur makan sambil berdiri atau berjalan, bahkan sambil jalan-jalan di taman kota—yang sekarang lumrah ditemui di kalangan remaja—itu dapat dilihat sebagai efek dari keberadaan banyak sekali jenis makanan cepat saji (cf. Sari, 2008: 5). Berkembangnya kultur "serbapraktis" dalam memasak atau menyiapkan makanan (dan minuman) banyak dilatarbelakangi oleh keberadaan berbagai makanan, minuman, dan bumbu-bumbu masakan kemasan yang banyak dijual pasar-pasar swalayan.[]

18

Kuliner "Pastiche" dan Nostalgia

Modus ini bertolak dari postulat bahwa globalisasi membawa efek, antara lain, pada menguatnya keinginan orang untuk (menghargai) kembali kepada yang lokal dan tradisional sebagai basis untuk mengkonstruksi identitas diri di tengah kehidupan kontemporer. Dalam bidang kuliner, keberadaan restoran-restoran berjaringan global (sebagian besar di antaranya adalah restoran cepat saji) juga memicu lahirnya berbagai restoran lokal yang menawarkan menu-menu masakan khas daerah itu. Munculnya restoran-restoran lokal ini merefleksikan tumbuhnya keinginan masyarakat setempat untuk (menghargai) kembali kepada entitas kuliner yang beridentitas lokal (dengan demikian berarti kultur lokal)—tanpa mengasumsikannya sebagai satu-satunya entitas kuliner yang dihargai. Ihwal hubungan di antara restoran lokal dengan identitas kultural lokal ini pernah dijelaskan oleh Ritzer (2006) seperti berikut:

> ... kedai makan [lokal] biasanya merupakan produk istimewa dari seorang pebisnis lokal, ia mungkin tumbuh dan merefleksikan sifat dasar dari lingkungan lokal. Walaupun kedai makan [lokal] memiliki ikatan-ikatan yang bersifat informal dengan budaya yeng lebih besar dari kedai-kedai makan [lainnya], tiap kedai makan [lokal] terutama berasal dari sebuah komunitas lokal dan ia mungkin dalam banyak hal merefleksikan lingkungan tersebut (Ritzer, 2006: 66).[271]

Dalam konteks Bandung, praktik serta komoditas (wisata) kuliner di kota ini menampilkan banyak sekali contoh yang relevan untuk mengilustrasikan modus ini. Salah satunya ialah restoran masakan sunda Bumbu Desa—memiliki beberapa cabang di kawasan Jabodetabek—yang sudah saya tampilkan sebagai contoh ketika mendiskusikan heterogenitas dalam cara penyajian kuliner.

Bumbu Desa (lihat Sukmana, 2008) adalah restoran yang menyuguhkan suasana desa atau kampung yang sangat kental. Sejak memasuki area parkir hingga memasuki ruang makan, pengunjung disuguhi senyuman dan sapaan hangat para pramusaji. "Bahkan ucapan selamat datang dalam Basa Sunda pun, kami sampaikan dengan cara berteriak, tidak sekedar sapaan biasa," kata pengelola restoran ini. Mereka justru sangat bangga dengan nilai-nilai "kampungan" itu. Hal itu mengingatkan suasana kampung-kampung di pelosok Pasundan yang memang sudah menjadi satu tradisi untuk memberikan senyum kepada setiap orang dan berbicara dengan berteriak, bila satu orang bertemu dengan orang lain. Bagi kalangan masyarakat urban yang ingin bercengkerama santai sambil menikmati masakan kampung dalam tradisi Sunda, kesan akrab dan bersahaja yang diciptakan Bumbu Desa dapat menghidupkan kembali suasana kampung Pasundan. Antara pengunjung dengan pramusaji, bagaikan tetangga di kampung yang ramah dan tidak ada batasan.

Konsep restoran ini bertolak dari "tesis" perihal benturan budaya urban dengan budaya desa. "Bagaimana 'orang kota' yang sehari-harinya terbiasa menyantap roti, dipertemukan dengan hidangan khas Sunda," kata pengelola Bumbu Desa. Di Bumbu Desa, *display* menu tidak sekedar rangkaian tulisan saja melainkan benar-benar disusun sesuai menu aslinya. Pengunjung bisa melihat bentuk dan sajian menu Bumbu Desa secara langsung sehingga rasa penasaran akan nama sebuah menu menjadi terjawab dengan melihat langsung produk kulinernya. Dengan konsep tersebut, sejatinya yang pertama-tama Bumbu Desa jual bukanlah makanan, melainkan menjual pengalaman, yaitu pengalaman menikmati makanan dengan sentuhan unik yang sangat kuat karakter lokalnya (lokalitas kampung Pasundan), di mana pengunjung yang datang akan mendapatkan pengalaman berbeda dibandingkan berkunjung ke restoran lain. Namun demikian, makanan otentik yang ditawarkan Bumbu Desa tentu saja menjadi elemen penting untuk membangun pengalaman pengunjung ihwal lokalitas kampung pasundan tersebut. Itu sebabnya, menu masakan yang ditawarkan di Bumbu Desa merupakan masakan kampung yang jarang didapatkan di restoran lain. Selain menu sunda komplet standar (seperti aneka tumisan dan sayur dengan lauk berupa ayam goreng dan bakar, ikan mas dan gurame, jeroan sapi, gepuk), ada juga menu spesial yang jarang ditemui seperti tutut koneng, tumis keciwis, ikan paray dan udang rarong (sejenis udang yang hanya bisa didapatkan di daerah Garut).

Dari sudut pandang studi budaya konsumer (*consumer culture*), mengkonstruksi pengalaman ihwal nostalgia dan kelokalan sebagai komoditas (komodifikasi), sebagaimana yang dilakukan oleh restoran Bumbu Desa tersebut, sejatinya tidak semata-mata berarti kembali kepada otentisitas tradisi atau lokalitas itu sendiri; melainkan—atau bahkan—pengalaman ihwal kelokalan itu lebih merupakan ekspresi dari gaya hidup, yang lebih berkarakter artifisial daripada otentik. Nostalgia jenis inilah yang dalam diskursus kebudayaan pascamodern sering disebut dengan istilah "*pastiche*" (lihat Bab 12). Dengan kata lain (lihat Tinderbox, 2008), penekanan pada pengalaman (*experience*)—daripada makanannnya itu sendiri—menunjukkan tipikalitas dari budaya konsumer di balik sajian kuliner di restoran ini. Dalam pandangan studi budaya konsumer, pengalaman dan pemenuhan hasrat (*desire*) dalam tindakan mengkonsumsi adalah aspek yang lebih penting daripada pemenuhan kebutuhan (*needs*) itu sendiri. Ketika budaya konsumer mengemuka, maka gaya hidup menjadi cara untuk mengkonstruksi identitas, menggantikan konstruksi identitas yang dibangun di atas basis kelas sosial. (Tumbuh dan berkembangnya masyarakat konsumer itu sendiri, yang memiliki karakter mudah berubah [selera] dengan cepat dan relativistik, diteorikan sebagai "hasil" dari berbagai kemajuan di bidang teknologi [cf. O'Donnell, 2009: 143]).

Konstruksi teoretik yang dikemukakan oleh perspektif kajian budaya konsumer itu, lebih kurangnya, serupa dengan konstruksi teoretik yang ditawarkan oleh persepektif pascamodernisme dalam memahami dan menjelaskan tipikalitas perilaku konsumsi masyarakat urban kontemporer. Dalam persepektif pascamodernisme (*ibid*), tindakan mengkonsumsi sering dimaknai secara kreatif (*creative consumption*). Melalui tindakan mengkonsumsi, orang dapat mengkreasi imajinasi, bermain-main, menghibur dan memanjakan diri, sekaligus mengikut-sertakan diri dalam gaya hidup tertentu yang dipilihnya—dan sebab itu, setiap tindakan "mengkonsumsi" yang terjadi pada masyarakat konsumer (termasuk mengkonsumsi produk-produk nostalgia yang sarat dengan lokalitas), dilihat oleh perspektif ini bukan terutama sebagai ekspresi dari upaya pencarian akan otentisitas yang kaya dengan esensi, melainkan lebih sebagai ekspresi pemanjaan diri melalui artifisialitas yang dipenuhi retorika. Dengan kata lain, tindakan "mengkonsumsi"

oleh masyarakat konsumer, sejatinya miskin kedalaman karena—meminjam kata-kata budayawan Goenawan Mohamad dalam salah sebuah esainya di kolom "Catatan Pinggir" majalah *Tempo*—mereka cenderung mengutamakan bentuk formal, soal penampilan. "Kita ingin memakai 'bentuk', sesuatu yang lahiriah, karena kita hampa, karena kita tak punya sesuatu yang sejati sebagai 'isi', yang batiniah". Kajian Frederic Jameson dalam *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism* (1989, dalam Ritzer, 2003: 377) menghasilkan kesimpulan serupa itu: bahwa masyarakat pascamodern dihubungkan dengan kedangkalan atau ketidakdalaman. Pencipta produk kebudayaan puas pada permukaan citra-citra dan tidak menyelidiki secara mendalam ke dalam makna yang mendasari. Jelasnya, dalam pandangan Jameson, restoran cepat saji sangat cocok dalam masyarakat pascamodern ini.

Melanjutkan kembali pembahasan mengenai kuliner *pastiche* dan nostalgia di Bandung, artifisialitas dalam pengonstruksian pengalaman akan nostalgia (dalam pengertiannya sebagai *pastiche*) dan kelokalan dapat dilihat lebih jelas lagi, barangkali, di Sapulidi Resort, sebuah restoran dan tempat peristirahatan bersuasana persawahan di desa yang berlokasi di Lembang, Bandung (lihat Hadriani, 2009). Apa yang membuat artifisialitas di resor ini terasa kuat ialah karakter heterogen pada sebagian menu masakan dan cara memasaknya (seperti proses pembuatan kue serabi yang berkonsep *open kitchen* yang mencerminkan karakter kuliner global), dan juga *setting* tempatnya yang bersuasana eklektik. Inilah deskripsi resor ini: di dalamnya terdapat restoran berbentuk saung dengan menu khas masakan pasundan. Pada hidangan pembuka, tersaji serabi aneka rasa (serabi gula, kelapa, nangka, tape, keju, cokelat, hingga serabi oncom) yang proses pembuatannya bisa disaksikan secara langsung oleh para tamu. Minumannya tersedia bandrek, bajigur, serta *wedang ronde*, yang disajikan di cangkir kayu dalam keadaan panas mengepul yang cocok untuk hawa dingin Bandung.

Namun, nama-nama menu yang unik dan lucu di antara nama-nama menu masakan khas sunda yang ditawarkan Sapulidi Resort (seperti ikan *lier*, ikan *kampoeng*, ayam *gegetret*, ayam *kahaseupan*, ayam bakar warisan, ikan penghuni Sapulidi, cumi *dag dig dug*, tahu *kukurilingan*, sapi *gigibrik*, selada *kakacangan*, dendeng ragi) dapat menjadi penanda adanya kehendak untuk "bermain-main" dengan kelokalan dan nostalgia kuliner yang ditawarkan restoran ini ("bermain-main" dengan identitas adalah suatu ciri dari kondisi pascamodernitas, dan dengan demikian nostalgia ini dalam pengertiannya sebagai *pastiche*). Dalam pandangan pemikir pascamodernisme Fredric Jameson (1984, dalam Barnard, 2009: 232), semua produksi budaya (tentu saja termasuk juga produksi budaya kontemporer) adalah produksi imitasi gaya masa lalu. Proses imitasi atau nostalgia ini diartikulasikan melalui berbagai bentuk komoditas dan selera komersial; dan dimaksudkan untuk "menguatkan kembali gaya masa lalu sebagai upaya untuk menjalani masa kini". Perspektif pascamodernisme ini menekankan bahwa nostalgia atau *pastiche* dibangun bukan terutama untuk menunjukkan identitas (kelompok sosial/kultural) yang otentik, melainkan lebih sebagai upaya untuk menciptakan perbedaan demi perbedaan itu sendiri (itu sebabnya terasa adanya watak "bermain-main" dengan identitas dalam kondisi pascamodernitas). Pemikir pascamodernisme Deleuze & Guattari, dalam *Nomadology: The War Machine* (1986, dalam Piliang, 2006: 90), menyebut fenomena seperti ini sebagai "nomadisme identitas", yaitu kecenderungan untuk merayakan perpindahan, ketidakberakaran, dan diskontinuitas identitas kultural. Dalam nomadisme identitas ini, identitas tidak lagi bersifat esensial sebagai semata-mata kontinuitas atau tradisi seperti

pada masyarakat tradisional, melainkan lebih merupakan retorika yang dibentuk secara kultural melalui praktik sosial sehari-hari.

Desain interior resor ini juga berkarakter eklektik (bermacam-macam elemen berbeda dihimpun jadi satu)—suatu tipe karakter yang menonjol dalam kondisi pascamodernitas. Ada bangunan khas Jawa berupa Joglo dari kayu jati, tetapi ada juga yang menampilkan gaya rumah-rumah daerah lain di Indonesia, seperti gaya Bali dan Sunda. Semua itu menjadi gaya yang selalu ditonjolkan. ”Kami memang ingin membuat tempat ini nyaman, memanjakan pengunjung yang datang menginap, atau makan di sini,” kata pemiliknya. Joglo itu dikelilingi danau buatan yang luas, sehingga para tamu bisa menikmati berwisata sambil menguji nyali dengan bersampan atau berperahu. Bagi yang tidak menyukai kegiatan bersampan, dapat memilih jalan-jalan sambil menghirup udara segar serta menikmati suasana sawah dan pepohonan yang rimbun. Menurut pemiliknya, banyak pengunjung yang datang berulang kali karena resor ini dapat menjadi tempat belajar buat anak-anak untuk mengenal alam dan suasana sawah di desa. Lantaran tempat ini *dibuat seperti lingkungan pedesaan*, pengunjung bisa menjumpai hewan yang jarang mereka lihat, seperti katak, jangkrik, belalang, dan *pacet*.

Komodifikasi nostalgia dan lokalitas juga teramati dengan jelas di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe (Kampung Daun) (lihat restodb.com, 2007). Kampung Daun menawarkan suasana perkampungan yang eksotik. Pengunjung diajak menikmati kuliner khas sunda di dalam saung-saung yang tersebar di dalam perkampungan, di tengah sejuknya udara pegunungan kawasan Bandung utara. Menu yang ditawarkan bukan hanya masakan sunda—meski berada di Kota Bandung—tetapi juga berbagai jenis kuliner Nusantara lainnya, seperti nasi timbel komplet, sop buntut, nasi goreng kampung daun, iga bakar, dan bandrek-bajigur. Namun, komoditas utama restoran ini, sejatinya, ialah suasana perkampungan di tengah sejuknya udara pegunungan. Itu sebabnya, kebanyakan (80%) pengunjung Kampung Daun adalah mereka yang jenuh dengan suasana perkotaan: kelurga-keluarga dari Jakarta. Pemandangan dan sejuknya udara di Kampung Daun, dilengkapi dengan pengalaman nostalgia akan masakan lokal-tradisional khas sunda, berfungsi sebagai semacam katarsis—di akhir pekan atau hari libur lainnya—bagi mereka setelah jenuh dengan suasana kehidupan sehari-hari perkotaan yang cenderung serbamekanis, homogen, dan terpisah dari alam dan kehidupan (konstruksi gedung bertingkat, penggunaan pendingin ruangan, kendaraan bermotor—yang menciptakan kemacetan).

Karakter *setting* fisik, berikut menu-menu yang ditawarkan restoran Kampung Daun ini tidak berbeda jauh dengan apa yang ditawarkan oleh restoran Bumbu Desa. Maka, ketika pengalaman ihwal kelokalan dan nostalgia (akan suasana perkampungan di tengah sejuknya udara pegunungan) dikonstruksi sebagai komoditas, pada saat itu pula ia menjelma menjadi produksi budaya konsumer. Pada titik ini, nostalgia dan lokalitas dimaksudkan tidak lebih dari sekadar “menguatkan kembali gaya masa lalu sebagai upaya untuk menjalani masa kini”—bukan terutama untuk menunjukkan identitas kultural yang otentik. Dengan kata lain, nostalgia yang berwatak *pastiche*.

Walaupun mengandung elemen nostalgia yang juga terasa artifisial, tetapi nostalgia yang ditawarkan oleh Toko You barangkali agak berbeda dengan yang ditawarkan oleh Bumbu Desa, Sapulidi Resort, atau Kampung Daun (lihat Fitrianto & Ivvaty, 2009; *Nova*. [tt]a). Di Toko You, nostalgia tidak dikonstruksi semata-mata sebagai komoditas budaya konsumer (yang diciptakan lebih untuk memenuhi selera komersial). Apa yang membuatnya demikian ialah kreativitas dan inovasi kebogaan yang dilakukannya (seperti nasi rawon panggang dan

mi tahu gejrot) dan mi buatan sendiri yang diolah tanpa sedikit pun bahan pengawet (produk inilah yang membuat Toko You terkenal selama puluhan tahun). Segala jenis mi yang dihidangkan di rumah makan itu diracik dan dibuat sendiri di pabrik mi yang terletak di bagian dalam restoran, yang juga berfungsi sebagai rumah tinggal pemilik restoran. Untuk menu mi tahu gejrot, misalnya, agar rasa khas masakan ini dapat dipertahankan, Toko You "mengimpor" langsung tahu dan kuah air gula merah itu dari tempat asalnya di kawasan Ciledug, Kabupaten Cirebon. Faktor lokalitas yang mengakar kuat inilah, serta loyalitas kepada orisinalitas produk selama berpuluh tahun, yang membuat nostalgia yang ditawarkan oleh Toko You tetap terasa memiliki otentisitas yang cukup dalam—meski *setting* fisik tempatnya terasa artifisial karena berkarakter eklektik.

Jelaslah bahwa tidak semua restoran yang menjadikan pengalaman akan nostalgia dan kelokalan sebagai komoditas menawarkan nostalgia yang berwatak *pastiche* (yakni nostalgia dengan kadar otentisitas yang cenderung dangkal dan artifisial), seperti halnya karakter nosltalgia yang ditemui di restoran Bumbu Desa, Sapulidi Resort, atau Kampung Daun. Jika Toko You masih mengandung elemen artifisial, maka sebagai kontras bagi ketiga restoran tersebut, terdapat juga restoran yang menawarkan nostalgia dengan kadar otentisitas yang lebih dalam (untuk singkatnya, di sini disebut "nostalgia" saja). Salah satu restoran dengan karakter seperti ini, barangkali, adalah rumah makan Nasi Bancakan, yang berlokasi di dekat Gedung Sate yang merupakan gedung pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat.

Nasi Bancakan adalah sebuah rumah makan yang menawarkan menu khusus masakan Sunda—termasuk menu masakan unik *jaman dahulu* yang kini jarang ditemui (lihat Banyumurti, 2008; Adeline, 2009; *Kompas*, 2009c; cicipsanacicipsini. blogspot.com, 2009c). Dalam bahasa Sunda, "*bancakan*" berarti beramai-ramai. Sesuai namanya, makan di Nasi Bancakan ini umumnya dilakukan ramai-ramai sehingga pada jam-jam tertentu pembeli harus antre. Berbeda dari banyak restoran masakan sunda yang dilayani oleh pramusaji, di Nasi Bancakan pembeli mengambil makanan secara swalayan. Inilah deskripsi makanan di rumah makan ini. Untuk nasi, pembeli bisa memilih *sangu* (nasi) liwet atau *sangu* yang dibungkus daun. Lalap, sebagai hidangan khas sunda disediakan dalam bentuk segar maupun rebus yang dilengkapi sambal merah dan sambal hijau. Ada pula menu gejos cabe hejo, yakni cabai hijau besar yang dibuang isinya lalu dimasak dengan api kemudian disiram kecap. Sementara, untuk sayur dan lauk tersedia banyak pilihan, yang disajikan dalam berbagai cara masakan (sate, pindang, tumis, semur, bakar, goreng), termasuk lotek dan rujak. Banyak di antara lauk-pauk itu yang terkait dengan tradisi bersawah masyarakat setempat (lauk sawah). Lauk-pauk itu terhidang di meja panjang dalam baskom-baskom seng besar yang menjadi kekhasan rumah makan ini.

Pilihan nama-nama menu masakan tersebut sengaja mengingatkan pada makanan dari kampung, di antaranya pindang lauk sawah, hayam bakar koneng cisaga, tumis picung, tumis genjer, buntil, *oreg* tempe, dan *ulukutek* leunca. Tersedia pula ikan asin, jengkol, dan petai yang bisa digoreng atau dibakar mendadak. Sebagai pendamping makanan, pengunjung bisa memilih aneka minuman tradisional (selain teh tawar yang merupakan minuman yang wajib ada di rumah makan sunda), seperti es *goyobod*, cincau, bajigur, bandrek, juga es kopi *nyeureung* (kopi yang dicampur soda dan susu)—semua jenis minuman ini dipajang lengkap dengan gerobak dan pelayannya (namun, bagi yang enggan mencoba minuman tersebut, bisa memesan aneka jus dan minuman kemasan). Selain nasi dan minuman, di Nasi Bancakan juga tersedia kue balok (kue khas sunda yang sudah

jarang ditemukan di tempat umum) yang dibakar di tempat sehingga pembeli bisa menikmatinya dalam kondisi hangat.

Di rumah makan ini nasi dan teh tawar disajikan dalam piring dan cangkir seng yang mengingatkan pada alat makan dari era sebelum tahun 1970-an. Zaman dulu, piring dan cangkir seng biasa digunakan, tapi sekarang sudah sangat jarang. Dalam proses memasak pembeli bisa merasakan suasana pedesaan, yaitu pada *hawu* (tungku) kayu bakar di bagian belakang warung. *Hawu* itu bukan sekadar pajangan, tetapi benar-benar digunakan untuk memasak. Kesan kampung lain timbul dari lukisan dan poster yang tertempel di dinding. Seolah tidak mengindahkan keserasian, lukisan pemandangan pedesaan dipasang selang-seling dengan aneka poster grup band, seperti Rolling Stone dan The Beatles. Ada juga poster bintang India Shahrukh Khan dan Kajool. Bahkan, di bagian dinding lain terdapat gambar presiden bersama wakil presiden. Pemasangan gambar yang campur aduk ini lazim ditemui di rumah-rumah pedesaan. *Setting* fisik tempat makan ini juga berkarakter "kampungan". Suasana warung ala kampung di rumah makan ini diperkuat oleh elemen furnitur berupa bangku-bangku dan meja kayu sederhana berderet rapi di seluruh penjuru ruangan, selain tempat makan model lesehan, serta lampu petromak yang menggantung di langit-langit membuat restoran ini semakin terlihat tradisional.

Kesemua elemen tersebut dihadirkan kembali oleh rumah makan ini dengan tujuan membawa pengunjung bisa bernostalgia dengan khazanah kuliner sunda. Di tempat seperti Nasi bancakan ini, kadar otentisitas nostalgia dapat lebih terjaga karena baik ragam menu maupun cara penyajiannya tidak berkarakter eklektik atau heterogen, demikian pula *setting* fisik rumah makan, dan—yang lebih esensial—semua menu itu ditawarkan dengan harga yang terjangkau oleh orang kebanyakan. Ihwal harga yang serba-terjangkau ini membuat imitasi atau nostalgia kuliner pasundan yang ditawarkan oleh Nasi Bancakan tidak terlihat sebagai proses komodifikasi dari selera komersial pemiliknya; tetapi lebih tampak sebagai upaya yang sungguh-sungguh dari pemilik rumah makan ini untuk melestarikan setiap *item* kuliner sunda sebagai suatu pusaka—*heritage of food*. Pemilik warung nasi Bancakan ini memang sengaja mengambil konsep tradisional karena ia ingin membuat restoran yang senantiasa dapat mengingatkannya pada rumah dan masa kecilnya di kota Garut. Dalam statusnya sebagai perawat pusaka kuliner itu, Nasi Bancakan—meminjam pandangan lembaga penelitian perilaku konsumer Tinderbox (2008)—lebih kurangnya dapat dilihat sebagai "*a way to connect the past with the future*". Misi luhur dari "institusi" semacam Nasi Bancakan ini ialah, "*...foster local and seasonal eating, preserve local foodways, celebrate distinctive flavor, [and] explore new culinary potential for "ordinary" foods* (Tinderbox, 2008). Upaya merawat pusaka kuliner semacam itu relevan (namun tidak berarti serupa secara keseluruhan) dengan sebuah gerakan global dalam bidang makanan yang disebut Slow Food Movement.

Menilik namanya, gerakan tersebut memang berorientasi pada pembelaan terhadap "*slow food*" melawan serbuan makanan cepat saji (*fast food*).[272] Gerakan ini tercetus tahun 1986, dari seorang jurnalis dan pemerhati pola hidup sehat asal Italia, Carlo Petrini, sebagai perlawanan terhadap globalisasi makanan cepat saji (lihat *Intisari*, 2009) (dalam kenyataanyya, asal mulanya merupakan sebuah perjuangan untuk mencegah McDonald's membuka restoran di kaki Spanish Steps di Roma). Selanjutnya Petrini mendirikan organisasi Slow Food pada 1989 yang kemudian memperoleh dukungan terbesarnya di seluruh Eropa (Ritzer, 2006: 200). Gerakan ini merupakan sebuah gerakan yang semakin meningkat. Dewasa ini, gerakan Slow Food merupakan sebuah organisasi global dengan 90.000 anggota yang tersebar di seluruh

dunia di lebih dari empat puluh lima negara (lihat *Intisari*, 2009. Mengapa garakan seperti mendapatkan banyak pendukung. Bruce Pietrykowski, dalam "You Are What You Eat: The Social Economy of the Slow Food Movement" (2004), mungkin punya jawabannya:

> *We are enslaved by speed and have all succumbed to the same insidious virus: Fast Life, which disrupts our habits, pervades the privacy of our homes and forces us to eat Fast Foods ... So Slow Food is now the only truly....*

Semangat dari gerakan Slow Food ialah untuk melindungi warisan budaya makan yang asli di seluruh dunia dan menyelamatkan makanan-makanan yang tengah berada dalam ancaman. Jangan sampai tradisi makan dan makanan tradisional di dunia musnah tergerus kepopuleran *fast food*. Melalui gerakan Slow Food, Petrini mengajak orang untuk kembali pada ritme makan yang tidak terburu-buru, lebih lambat dan tenang. Ia mengajak orang untuk kembali ke dapur, menapak jejak ketika ibu atau nenek menyiapkan makanan dari bahan aslinya—sayuran, daging, dan bumbu semuanya serba alami (*Intisari*, 2009). Ini seperti yang dikemukakan oleh lembaga penelitian perilaku konsumer Tinderbox (2008), bahwa, "*Slow Food's goal is to reconnect people with the heritage of food, and the tradition and culture of the pleasure of eating*".

Bertolak dari semangat tersebut, Slow Food mendukung cara-cara tradisional dalam menanam dan membesarkan bahan-bahan makanan yang luar biasa dalam kualitas dan rasanya; menyukai menyantap makanan-makanan seperti itu sebagai perlawanan terhadap makanan-makanan alternatif yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan global; berusaha untuk meneruskan tradisi-tradisi lokal tidak hanya dalam cara bagaimana makanan dihasilkan, namun juga dalam hal apa yang harus dimakan dan bagaimana menyiapkannya; menyukai persiapan tradisional dan sedapat mungkin dibuat sendiri; menyukai bahan-bahan mentah yang sedapat mungkin khas dari tempat di mana makanan itu dibuat; berjuang memelihara metode-metode lokal dalam pembuatan makanan; mendukung pemilik-pemilik restoran lokal dalam usaha mereka untuk bertahan hidup dalam menghadapi serangan gencar dari pesaing-pesaing global yang kuat; menciptakan "*ark of taste*" yang memuat daftar beratus-ratus nama makanan yang terancam punah dan perlu perlindungan; berusaha melibatkan restoran, komunitas, kota, pemerintah nasional, dan wakil-wakil antarpemerintah dalam mendukung *slow food*; dan memberikan penghargaan-penghargaan tahunan, khususnya kepada mereka yang menjaga kenekaragaman hayati karena berkaitan dengan makanan.

Dengan cara-cara di atas, Slow Food sedang berjuang untuk keberlanjutan eksistensi aneka ragam makanan lokal. (2006: 250-252). Dengan cara itu pula, Slow Food—secara tidak langsung—juga merupakan sebuah upaya untuk menghidupkan kembali tanah-tanah pertanian tradisional yang sempit dan teknik-teknik pertanian mereka, fasilitas-fasilitas kecil namun unggul untuk produksi makanan, restoran-restoran berkualitas tinggi, dan mereka yang tahu bagaimana mempersiapkan dan menyajikan makanan-makanan seperti itu (*ibid*: 203). Walaupun berkomitmen terhadap makanan berkualitas tinggi, ini tidak berarti bahwa Slow Food selalu bersifat elitis—meski mungkin saja untuk menjadi seperti itu.

Semangat serta misi Slow Food yang seperti itu mengesankan adanya elemen yang kuat untuk mempertahankan masa lalu dalam gerakan ini. Tetapi, dalam pandangan sosiolog konsumsi George Ritzer (2006: 203), gerakan ini sejatinya sangat berorientasi pada masa sekarang (gerakan ini secara eksplisit tidak ingin menjadi sebuah museum bagi makanan-

makanan yang sudah punah atau yang hampir hilang) dan kepada masa depan. Bahkan, Slow Food bukan hanya tertarik semata-mata untuk memelihara masa lalu demi masa sekarang, tetapi juga memiliki perhatian pada penciptaan masa depan. Ini berarti bahwa Slow Food terlibat dalam setiap usaha mendorong penciptaan makanan-makanan baru yang menyokong penguatan identitas-identitas lokal. Ritzer menyatakan bahwa kemajuan-kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi dapat dimanfaatkan untuk menciptakan tipe-tipe baru makanan dan hidangan *gourmet* (hidangan yang dibuat oleh ahli masakan), restoran-restoran tradisional (restoran konvensional, yang tidak menggunakan sistem cepat saji) yang baru, dan orang-orang dengan keahlian-keahlian yang jauh melebihi para pendahulu mereka, yang memungkinkan mereka untuk menawarkan pelayanan-pelayanan hidangan *gourmet* baru.

Walaupun etos perlawanan terhadap serbuan makanan cepat saji menjadi *tagline* dari Slow Food, filosofi di balik gerakan ini sesungguhnya ialah suatu ajakan agar orang memaknai hidup, merasakan prosesnya. Slow Food pun menempatkan kebersamaan dalam menikmati makan karena tidak terburu-buru (*Intisari*, 2009).[273] Ihwal kebijaksanaan dari etos "tidak terburu-buru" itu, Jerry Mander, pengarang buku *Four Argument for the Elimination of Television*, dalam esainya di *The Ecologist* (Mei/Juni 1999), "How Cyber Culture Deletes Nature", mengatakan:

> *E.F. Schumacher told us that Small is Beautiful, but one could also make the case that slow is beautiful, especially in preserving the natural world. Computers speed up communication exchanges over long distances—a quality yhat is most advantageous to large centralised institutions. In our cyber-walkman-aeroplane-fax-phone-satellite world, we are so enclosed within a high-speed technical reality that the values and concerns of nature tend to become opaque to our consciousness. To ensure the survival of nature, everything—especially development and people—must slow down and synchronize with the more subtle and slow rhythms of the natural world.*

Ungkapan "*slow is beautiful*" dari Mender itu juga relevan untuk memaknai munculnya banyak restoran tradisional (di tengah kecenderungan semakin banyaknya bermunculan restoran cepat saji), yakni untuk membantu melestarikan praktik-praktik kuliner lokal—dan ini bisa jadi adalah satu bentuk resistensi (meski mungkin hanya secara simbolik) terhadap fenomena globalisasi.

Melanjutkan pembahasan mengenai Nasi Bancakan, upaya merawat pusaka kuliner seperti yang dilakukan oleh rumah makan ini sesungguhnya tidak berjalan sendirian—dan juga tidak langka. Dengan sedikit pengamatan, akan tampak bahwa berbagai praktik serta produk (wisata) kuliner di Bandung sejatinya menampilkan banyak sekali kuliner-kuliner lokal yang selain menawarkan pengalaman nostalgia bagi konsumernya, juga mengungkapkan semangat melestarikan praktik-praktik kuliner lokal dari ancaman kepunahan yang disebabkan oleh keberadaan berbagai produk makanan modern (terutama aneka makanan cepat saji) yang hadir secara *massive*. Dalam praktik dan produk kuliner lokal-tradisional sunda itulah tersimpan kearifan dari warisan budaya makan yang asli (menyiapkan makanan dari bahan aslinya, dan mengolah serta menyantapnya dengan ritme makan yang tidak terburu-buru) yang menjadi filosofi dari gerakan Slow Food.

Kuliner lokal (tradisional) Sunda yang tidak henti berupaya agar tetap bertahan melewati perubahan zaman itu, yang menawarkan pengalaman nostalgia bagi konsumernya, adalah kuliner pusaka (*heritage food*) yang penting untuk terus dijaga eksistensinya. Nilai pentingnya bukan saja karena makanan-makanan itu memiliki historisitas dengan diri kita, tetapi juga karena entitas globalitas sebenarnya juga senantiasa memerlukan elemen-elemen lokalitas untuk menciptakan produk-produk makanan berkarakter global tetapi mengandung (sedikit)

elemen lokal. Elemen lokal dalam produk global ini diciptakan untuk memberikan pilihan-pilihan bagi (pemenuhan selera) konsumer lokal dari setiap unit (bisnis) berjaringan global—dan strategi ini ditempuh oleh mereka (entitas global) semata-mata demi eksisitensi entitas global itu sendiri. Namun, dari sudut pandang lokal, setiap kuliner pusaka penting dan bermakna karena ia, pada hakikatnya, seperti kutipan dari Tinderbox (2008) di atas, adalah "*a way to connect the past with the future*", dan dengan tetap menyelenggarakannya sebagai bagian dari praktik (yang seakan-akan merupakan) kuliner sehari-hari, maka kuliner pusaka itu telah menyumbang bagi upaya untuk melestarikan tradisi makan setempat (*local foodways*). Dalam konsepsi ini, setiap kuliner pusaka tentu saja adalah medium bagi setiap bentuk nostalgia dan perawatan terhadapnya senantiasa merupakan penghargaan terhadap lokalitas.

Dalam etos sebagai kuliner pusaka—yang mengandung elemen nostalgia dan lokalitas—itulah pabrik dan toko kopi Aroma di Bandung—berdiri pada 1930-an—terus bekerja dan berkarya. Ia berperan sebagaimana Nasi Bancakan—tetapi dengan lama "pengabdian" yang jauh lebih panjang. Tentu, sebagaimana argumen di atas, kopi Aroma adalah bagian dari tradisi kuliner di Bandung yang penting untuk terus dijaga eksistensinya karena ia dapat memberi alternatif bagi homogenitas yang ditawarkan, terutama, oleh berbagai produk kopi instan yang membanjiri pasar kopi. Dilihat dari sudut pandang relasi global-lokal, kopi Aroma adalah kontras dari globalitas karena ia menawarkan lokalitas produk—sekaligus nostalgia—bagi konsumernya. (Deskripsi selanjutnya tentang kopi Aroma ini merujuk pada sejumlah sumber [lihat Erwin & Abriansyah, 2003; *Nova*, [tt]a; Arifah, 2008b; Dewi, 2010]).

Pabrik dan toko kopi Aroma sudah memproduksi kopi sejak tahun 1930-an. Dirintis oleh Tan Houw Sian, usaha keluarga Kopi Aroma kini diteruskan oleh generai kedua. Gudang kopi, pabrik, dan tokonya terletak di antara toko-toko suku cadang kendaraan di Jalan Banceuy, Bandung. Kawasan ini dan sekitarnya memang sejak zaman Belanda menjadi pusat bisnis dan pecinan. Merek kopi yang sudah dikenal sejak puluhan tahun lalu ini menjadi favorit pelanggannya hingga berganti generasi, bahkan kian digemari di tengah persaingan berbagai merek kemasan kopi modern.

Rahasia di balik lenggengnya kopi Aroma adalah pada rasa yang tak pernah berubah, meskipun zaman sudah berganti. Kopi Aroma secara konsisten menyajikan kopi dengan resep turun temurun yang sangat menjaga mutu dan cita rasa. Untuk mendapatkan kopi murni yang berkualitas, dalam proses pengolahan biji kopi menjadi bubuk kopi murni diperlukan waktu yang tak sedikit, melalui tahap demi tahap proses pengolahan. Biji-biji kopi di tempat ini didatangkan dari Aceh, Medan, Toraja, Timor (jenis arabika) dan dari Bengkulu, Lampung, Jawa Tengah (jenis robusta). Biji kopi yang baru dipanen dibersihkan dan kemudian dijemur selama tujuh jam. Buah kopi yang dipetik tidak bisa sembarangan. Kopi Aroma hanya menggunakan buah kopi yang sudah merah alias buah kopi yang sudah tua dan siap diproses. Selanjutnya biji kopi disimpan dalam karung goni (pemiliknya mengatakan bahwa karung goni sangat baik untuk menyimpan kopi karena berventilasi dibandingkan dengan karung plastik), lalu ditumpuk dan diperam selama lima tahun (robusta) hingga delapan tahun (arabika) untuk mengurangi kadar kafein dan kadar keasaman (*acidity*)—yang menjadi salah satu ukuran kenikmatan kopi—dan menajamkan aromanya. (Maka, tidak heran jika di gudang penyimpanan tersimpan beratus-ratus karung goni berisi biji kopi). Ketika sudah sampai waktunya, biji kopi lalu disangrai (menggunakan *roaster*) selama dua jam. Untuk mempertajam aroma kopi, bahan bakar mesin *roaster* masih mempertahankan penggunaan kayu pohon karet. Meskipun cara ini sedikit merepotkan karena membutuhkan waktu lebih lama, tetapi kopi jadi beraroma wangi—dan petani karet juga diuntungkan. Sesudah itu biji

kopi didinginkan dalam loyang besar sambil dibolak-balik; dan sesudah dingin biji kopi disortir sebelum akhirnya digiling (proses penggilingannya masih menggunakan mesin penggiling tua). Selesai penggilingan, bubuk kopi dikemas dalam kantong berbahan kertas. Dengan metode demikian, selain membuat kopi tidak perlu lagi ditambahi dengan berbagai bahan kimia dan *essence*, juga membuatnya semakin terasa nikmat oleh cita rasa khas. Kopi yang dijual sehari-hari adalah kopi *fresh* yang diproses setiap hari.

Suasana nostalgia bukan hanya dibangun melalui cara produksi bubuk kopi yang tetap menggunakan cara-cara lama, tetapi juga melalui *setting* fisik toko kopi ini. Segala sesuatu yang ada di dalamnya akan mengingatkan pengunjungnya pada suasana masa silam: mulai dari toples kopi dari kaca, lemari dari kayu besi untuk penyimpan uang, poster, timbangan, *showcase display*, hingga pajangan-pajangan antik. Elemen nostalgia yang menonjol adalah mesin kopi klasik yang dipajang di dalam toko, salah satunya buatan Amerika. Mesin kopi kuno ini sudah menggunakan tenaga listrik. Ini masih ditambah dengan desain kemasan kantung kertas (umumnya seberat 250 gram) yang bertuliskan: *Koffie Fabriek Aroma, Bandoeng …Maoe minoem Koffie selamanja enak? Aromanja dan rasanja tinggal tetep, kaloe ini koffie soeda di boeka dari kantongnya harep di pindahken di stofles atawa di blik jang tertoetoep rapet. Djangan tinggal di kantong!*

Dalam perspektif teknokultur, banyaknya penikmat kopi yang mencari kopi sejati produksi dalam negeri seperti kopi Aroma ini, di tengah maraknya gempuran *instant coffee* dan *brand* kopi asing maupun kedai-kedai kopi waralaba asing (seperti Starbucks Coffee, Coffee Bean & Tea Leaf, Excelso) menunjukkan keberlakuan premis bahwa *globalisasi membawa efek pada menguatnya keinginan (khususnya di kalangan masyarakat urban) untuk kembali kepada yang lokal sebagai basis untuk mengkonstruksi identitas diri di tengah kehidupan kontemporer*. "Arus balik" kepada lokalitas ini mungkin demi memperoleh kembali otentisitas tradisi, sejenis nostalgia atau *pastiche* yang diartikulasikan melalui berbagai bentuk komoditas dan selera komersial. Tetapi, mungkin juga bahwa hal yang seperti itu, sebagaimana yang disinyalir oleh para pemikir pascamodernisme, sekadar merupakan gaya hidup yang bersifat permukaan atau "penampakan luar" yang tidak memiliki keberakaran identitas kultural. Sesuatu yang oleh Frederic Jameson dalam "Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism" (1984, dalam Barnard, 2009: 232) disebut sebagai upaya untuk "menguatkan kembali gaya masa lalu [sekadar] sebagai upaya untuk menjalani masa kini".

Itulah kondisi yang disebut Gilles Deleuze dan Felix Guattari, dalam *Nomadology: The War Machine* (1986, dalam Piliang, 2006: 90), sebagai "nomadisme identitas", yaitu kecenderungan untuk merayakan perpindahan, ketidakberakaran, dan diskontinuitas identitas kultural. Dalam keadaan ini, tidak diperlukan sistem, konsistensi, dan kontinuitas gaya hidup, sebab yang kini dirayakan adalah perpindahan, permainan, serta produktivitas tanda, citra, dan objek-objek—*deterritorialisation of life style*. Di dalam masyarakat konsumer dewasa ini, yang merupakan ciri dari era kapitalisme akhir (*late capitalism*), justru permainan tanda dan makna yang lebih cenderung dibeli daripada nilai utilitas sebuah objek. Di dalam kegiatan konsumsi yang dilandasi oleh nilai tanda dan citraan ketimbang nilai utilitas, logika yang mendasarinya bukan lagi logika kebutuhan (*need*) melainkan logika hasrat (*desire*).

Kesetiaan kepada cita rasa asli, yang tak banyak diubah meskipun zaman sudah berganti (dan dengan cara yang nostalgis ini produser berupaya mengikat kesetiaan konsumernya), juga ditampilkan oleh Rasa Bakery and Cafe (lihat Radius, 2007). Bandung memang memiliki banyak khazanah kuliner dengan nuansa klasik yang disajikan oleh sejumlah rumah makan zaman dulu. Tempat makan semacam itu sudah ada sejak puluhan tahun lalu, bahkan sejak zaman Belanda—dan salah satunya ialah Rasa

Bakery and Cafe di Jalan Tamblong yang sudah berdiri sejak tahun 1945. Hidangan yang ditawarkan kafe ini terutama es krim dan berbagai macam roti (antara lain *saucys brood*, *merg pijp*, amandel (bolu gulung dengan kacang), dan kue tar seperti *black forest* dan *gateaux d african*) yang masih menggunakan resep orisinal dan hingga kini dibuat tanpa bahan pengawet. Tempat ini awalnya dimiliki pengusaha Belanda dengan nama Hazes. Sekitar 40 tahun lalu, Rasa dibeli warga lokal. Sampai sekarang, Rasa masih banyak didatangi kaum tua untuk sekadar bernostalgia, termasuk di antaranya turis Belanda.

Tempat lain yang serupa Rasa ialah Sumber Hidangan di Jalan Braga. Tempat itu sudah ada sejak tahun 1929. Dulu namanya Het Snoephuis. Memasuki toko roti dan rumah makan ini layaknya kembali ke zaman kolonial (lihat Sapthiani, 2009). Di dalam toko, kesan berada pada zaman kolonial terasa ketika membaca daftar menu. Banyak di antara nama menu tersebut memakai bahasa Belanda, seperti *melk brood* (roti susu), *roomsoes* (kue sus), *bitterballen* (kroket khas Belanda), atau *kattetong* yang biasanya kita sebut dengan nama lidah kucing. Resep tradisional yang dipertahankan hingga sekarang menjadi ciri khas toko ini. Pemiliknya masih mempertahankan resep membuat roti dan kue tanpa pengawet yang berasal dari masa awal toko ini berdiri.

Di Jalan Braga juga terdapat Kafe dan Restoran Braga Permai yang dulu bernama Maison Bogerijen (*ibid*). Tempat yang menjual bermacam roti itu dulu merupakan persinggahan delegasi Konferensi Asia Afrika (KAA) tahun 1955. Makanan yang dijual ketika itu tak jauh berbeda dengan saat ini (ini adalah contoh lain tentang kesetiaan kepada produk dan cita rasa asli, yang tak banyak diubah meskipun zaman sudah berganti). Adapun di Jalan Otto Iskandar Dinata, Toko Roti Sidodadi sudah berdiri sejak tahun 1950-an. Resep pembuatannya masih sama dengan yang dijual dulu. Beberapa roti yang dijual adalah gambang, kismis, dan tawar frans. Toko tersebut masih terlihat sederhana.

Dalam diskursus kebudayaan pascamodern, fenomena nostalgia atau kembali pada tradisi dan lokalitas, terutama yang tidak memiliki cukup kedalaman otentisitas atau cenderung bersifat artifisial, sebagaimana yang diilustrasikan melalui beberapa contoh kuliner di Bandung tersebut, pada dasarnya dapat dipandang sebagai *bricolage*. Antropolog strukuralis asal Prancis Claude Levi-Strauss mengatakan bahwa karya-karya *pastiche*, yang menjadikan masa lalu sebagai patron, didorong oleh apa yang disebutnya sebagai semangat *bricolage*—yang menekankan aspek-aspek yang tampak permukaan dari objek-objek sejarah daripada nilai transendentalnya. Oleh sebab itulah, seperti dikatakan Piliang (2008: 188), *pastiche* sering dikritik sebagai suatu "*rendering* bentuk" karena kecenderungannya pada *permukaan* (cetak miring dari Piliang) dan miskin akan kedalaman. Levi Strauss, dalam *The Savage Mind* [1966], (1966, dalam Barnard, 2009: 236-237) menyatakan bahwa *bricolage* berarti menggunakan "sisa-sisa dan puing-puing" karya, "bukti sejarah yang memfosil dari individu maupun masyarakat" untuk mengonstruksinya. Konstruksinya—pada saat ini—selalu terbuat dari bahan-bahan yang sudah digunakan pada masa lalu: *bricolage* adalah rekonstruksi lanjutan dari bahan yang sama, bahan yang selalu digunakan sebelumnya. Oleh sebab itu, *bricolage* melibatkan kombinasi ulang unsur secara terus-menerus. Dalam rumusan konseptual yang demikian, seperti yang dengan mudah dapat dilihat dalam industri *fashion*, maka tidak terlalu sulit untuk melihat bagaimana praktik-praktik (wisata) kuliner bertema "nostalgia" yang dikelola oleh sejumlah restoran atau kafe di Bandung dapat dipandang sebagai *bricolage*—khususnya saat kuliner dibahas dalam artian *pastiche*. Di situ, berbagai penggunaan bahan dan gaya masa lalu untuk menciptakan komoditas baru kuliner dapat dilihat sebagai praktik maupun perwujudan dari *bricolage*.

Tipe lain dari nostalgia dalam dunia kuliner ialah apa yang ditawarkan oleh restoran-restoran (termasuk kafe) yang menjual makanan rumahan (*home cooking*) dan suasana rumahan (*homy*). Nostalgia jenis ini memang tidak selalu lekat dengan lokalitas, tetapi ia tetaplah merupakan sebuah bentuk nostalgia, terutama dalam konteks relasinya dengan keberadaan berbagai produk makanan modern (terutama makanan cepat saji) yang hadir secara *massive*. Dalam kalangan studi-studi kebudayaan, telah sejak lama para pemikir kajian budaya (*cultural studies*) , khususnya yang menggeluti masalah konsumsi, mengkontraskan karakter makanan rumahan dengan "makanan industrial" (sebuah pemikiran yang juga sangat relevan bagi para pengkaji semiotika). Alan Warde, misalanya, dalam bukunya, *Consumption, Food and Taste: Cultural Antinomies and Commodity Culture* (1997, dalam Ashley dkk., 2004), menulis:

> *"Home-cooked" meals are seen as imbued with the warmth, intimacy and personal touch which are seen as markers of the private sphere and in opposition to foods which are the products of a public, industrialized and anonymous system of food production. It is for this reason that commercially produced food often seek to add value to their food by associating them with 'home', demonstrated in claims to 'home-cooked' food in pubs and diners and 'homestyle' ranges of ready-meals from supermarkets.*

Apa yang ditawarkan restoran-restoran jenis ini memiliki kemiripan semangat dengan apa yang dilakukan oleh para "artisan" makanan tradisional Sunda yang tidak henti berupaya menjaga kelestarian khazanah kuliner lokal itu. Namun, berbeda dengan para "artisan" tersebut, yang lebih didorong oleh kehendak untuk merawat tradisi (jadi orientasinya cenderung pada masa lampau), restoran-restoran yang menjual makanan dan suasana rumahan lebih berorientasi ke masa sekarang—lebih kurang mirip dengan filosofi yang diusung oleh gerakan Slow Food. Mereka mengajak orang untuk kembali pada ritme makan yang tidak terburu-buru, lebih lambat dan tenang; mengajak orang untuk menghargai proses mempersiapkan, mengolah, dan menyajikan makanan secara berkualitas (atau, seperti dikatakan dalam paparan tentang gerakan Slow Food di atas, mengajak orang bernostalgia "untuk kembali ke dapur, menapak jejak ketika ibu atau nenek menyiapkan makanan dari bahan aslinya"). Intinya, restoran-restoran yang menjual makanan dan suasana rumahan ini mengajak orang memaknai hidup dan merasakan prosesnya, dan menempatkan kebersamaan dalam menikmati makan karena tidak terburu-buru.

Salah satu restoran yang menawarkan nostalgia makanan dan suasana rumahan ialah Tree House Cafe yang terletak di Jalan Hasanuddin, Dago (lihat megadiskon.com, 2010b). Kafe yang menawarkan menu kombinasi *Western* dan Indonesia ini ingin setiap pelanggan yang datang merasakan suasana "rumah kedua". Sebab itu, semua elemen interior kafe ini didesain sedemikian rupa layaknya sebuah rumah. Menu andalan kafe ini ialah sosis orisinal racikan resep sendiri dengan daging yang berkualitas tinggi, lezat, harga terjangkau, tanpa bahan pengawet dan MSG. Kafe ini juga menyajikan menu khas yang dinamakan Hug Mug Milky, minuman susu cokelat panas yang disajikan dengan *mug* keramik yang dibuat khusus dengan cara meminum yang unik—ditangkup dengan kedua tangan sehingga tangan memeluk *mug* dan bisa merasakan kehangatannya. Penciptaan "ritual" tersebut seakan hendak menegaskan konsep kafe ini untuk memposisikan dirinya berseberangan dengan konsep resto *fast food* yang tidak mendorong orang untuk mengalami kehangatan suasana ketika menyantap makanan dan

menikmati minuman. Untuk mendukung "suasana rumah" yang nyaman, agar pelanggan bisa betah untuk tinggal berlama–lama, kafe ini juga menyediakan fasilitas pelengkap, seperti akses internet gratis berkecepatan tinggi, arena bermain anak, juga jaringan televisi kabel.

Restoran atau kafe yang berkonsep "rumahan" serupa Tree House Cafe itu terbilang cukup banyak. Selain Tree tersebut, ada Nany's Pavillon di Jalan Riau yang mengusung slogan *Coz it feels like at home* (lihat cicipsanacicipsini. blogspot.com, 2009b). (Pengelola restoran mengatakan, konsep *homey* yang dihadirkan restoran ini terinspirasi dari film *The Nany's*, maka tak heran jika nama "Nany's Pavillon" pun terinspirasi dari film tersebut). Restoran W*estern foods*—menunya antara lain *pancake, waffel, pasta, salad*)—ini menyuguhkan suasana yang nyaman seperti sedang berada di rumah, lengkap dengan lantunan lagu-lagu *easy listening* serta interior khas rumah-rumah Eropa. "Fasilitas" lain yang ditawarkan restoran ini untuk mendukung konsep rumahan ialah menu yang tidak mengenal jam makan. Setiap pengunjung dapat menyantap *pancake* atau *waffle* kapan pun mereka mau, baik saat *breakfast, lunch,* maupun *dinner*.

Konsep "menu tidak mengenal jam makan" tersebut barangkali dapat disetarakan dengan pengabaian terhadap "*table manners*" yang mengatur jenis makanan apa yang semestinya digunakan untuk sarapan, mana yang untuk makan siang, dan apa saja makanan selayaknya disantap sebagai makan malam. Barangkali, pengabaian itu juga melanggar *table manners* yang lebih spesifik, "tata urut menyantap makanan" (*order of foods*), yang mengatur ada makanan pembuka (*appetizer*), makanan utama (*main course*), makanan penutup (*dessert*) yang sangat dihormati dalam kultur kuliner Barat.[274] Pengabaian terhadap *table manners* itu dapat dimaknai sebagai suatu penanda adanya kehendak untuk "bermain-main identitas" dari pemilik restoran ini (meskipun mereka menjual masakan Barat, tapi praktik makannya tidak sepenuhnya patuh pada kultur Barat). Ini dapat menjadi contoh lain tentang karakter pascamodernitas yang melekat pada restoran-restoran yang menjual nostalgia, selain restoran Bumbu Desa, Sapulidi Resort, dan Kampung Daun yang telah dibahas di atas. Watak untuk "bermain-main" identitas ini disebut oleh pemikir pascamodernisme Deleuze & Guattari sebagai "nomadisme identitas", yakni kecenderungan untuk merayakan perpindahan, ketidakberakaran, dan diskontinuitas identitas kultural.

Dalam tradisi restoran-restoran Barat, *table manners* itu tercermin secara fisikal dalam berbagai elemen teknis kuliner, dalam material-material makanan dan berbagai peranti yang terkait dengan penyajian makanan, perabot (*furniture*), serta *setting* fisik tempat makan. Maka, dengan mengasumsikan berbagai elemen teknis terkait *table manners* itu sebgai entitas teknologis, konsep "menu tidak mengenal jam makan" yang dipraktikkan oleh Nany's Pavillon tersebut, dilihat dari perspektif kajian budaya (*cultural studies*) yang berorientasi politis (sebagaimana yang dikembangkan dalam tradisi Inggris), dapat ditafsirkan sebagai "tindakan subversif" atau "anarki" terhadap tatanan desain atau "arsitektur" yang telah mapan—yang karena itu berdaya hegemonik. Dalam pandangan ini, relevan dikemukakan apa yang pernah dinyatakan oleh Bryan Taylor di *MIT's Technology Review* (1997):

> *Proponents of cultural studies argue that technology is commonly developed and used by powerful interests to maintain control over social conditions. Thus the critic's job is to point out the values and beliefs that drive the technological systems, and to suggest ways to keep those forces from dominating people's lives. ... for example, experimental architect Lebbeus Woods describes how the design of "anarchic" spaces can compansate for the control of public space by political authorities and commercial developers. The idea would*

> *be to allow citizens to circulate free from both surveillance and the compulsion to consume* (h. 65).

Demikian perkara ”menu tidak mengenal jam makan” yang dipraktikkan oleh Nany’s Pavillon, sebuah restoran yang menerapkan konsep rumahan, disoroti dengan menggunakan perspektif teoretik pascamodernisme dan kajian budaya.

Tetapi, di Bandung juga terdapat restoran (-restoran) yang menawarkan nostalgia lebih dalam makna seperti yang menjadi filosofi gerakan Slow Food, yakni nostalgia untuk “mengajak” orang kembali pada ritme makan yang tidak terburu-buru dan menghargai proses mempersiapkan, mengolah, dan menyajikan makanan secara berkualitas. Nostalgia semacam ini mungkin ditemui di NCafe (NuArt Sculpture Park)—di Jalan Setra Duta Raya—yang menyajikan menu masakan yang lazim ditemui di restoran-restoran masakan Bali seperti Bebek Crispy Tegalinggah, Ayam Crispy Pesiapan, Ayam Betutu Rejasa, Nasi Goreng Men Putu, Godoh Biu, O’Mint (lihat Pambudy, 2009). Tempat makan ini memang menyajikan makanan dari Bali dan rasanya (masih) otentik. Hanya mungkin tidak sepedas makanan asli Bali. Bumbu-bumbunya dibuat seotentik mungkin seperti masakan keluarga. Karakter sebagai ”makanan lambat saji” (*slow food*) tampil jelas pada masakan di restoran ini. Mari baca keterangan di dalam menu makanan NCafe. Nasi bebek renyah Tegalinggah adalah ”masakan khas keluarga Nuarta, bebek dibumbui seharian lalu digoreng kering”. Tentang nasi ayam betutu Rejasa, daftar menu menuliskan, ”senjata rahasia nenek untuk mengumpulkan semua anggota keluarga di meja makan keluarga”. Ayam dibumbui dengan bumbu dasar untuk semua masakan yang disebut *base genep*, diisi daun singkong dan beragam bumbu, kemudian dibakar hingga kecoklatan. Dalam menu nasi bebek renyah Tegalinggah, misalnya, karakter ”makanan lambat saji” itu dapat tersimpul dengan jelas dari komentar seorang pengunjung restoran ini yang memesan menu tersebut:

> Rasanya sungguh tak mengecewakan. Bebek gorengnya benar-benar renyah dengan bumbu yang meresap ke dalam daging. Paduannya nasi putih hangat, pelecing kacang panjang, dan tiga macam sambal bali, yaitu sambal tomat, sambal terasi, dan tentu saja sambal matah. Dengan segera sambal *matah* (mentah) yang dibuat dari irisan bawang merah, serai, cabai merah, daun jeruk, terasi, dan minyak goreng itu tandas. Kami terpaksa minta tambah sambal matah tersebut. Ayam betutunya pun legit. Bumbunya berpadu dengan sayur dan daging ayam. Ada kunyit, cabai, bawang merah, bawang putih, laos, jahe, kencur, merica, kemiri, dan entah apalagi di dalamnya. Makanan ini disajikan dengan pelecing kacang panjang. Ini pun tandas, piring licin, dan tangan pun harus dijilat untuk menuntaskan rasa. (Pambudy, 2009).

Konsep “rumahan” yang diaplikasikan oleh Tree House Cafe dan Nany’s Pavillon, maupun konsep ”makanan lambat saji” (*slow food*) yang diterapkan oleh NCafe, dalam analisis kajian budaya (*cultural studies*) dapat ditafsirkan sebagai kontras dari (bahkan “resistensi” atau perlawanan simbolik terhadap) restoran cepat saji yang mengajak orang untuk makan dengan serbacepat, terburu-buru. Dalam konsep “rumahan” dan ”makanan lambat saji” tersebut, norma yang berlaku adalah sebaliknya: pelanggan diajak untuk bersantai layaknya menikmati sajian di rumah sendiri. Ini juga bisa ditafsirkan sebagai satu bentuk nostalgia tentang masakan rumahan (*home cooking*). Dalam konteks inilah menjadi kontekstual rumusan yang dikemukakan oleh Mark Warschauer dalam *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide* (2003, dalam Gray, 2004). Dengan mengasumsikan restoran cepat saji sebagai suatu bentuk teknologi, dan teknologi itu

kemudian disebarluaskan ke berbagai masyarakat secara global, maka, seperti dipostulasikan oleh Warschauer, keberadaan teknologi itu di berbagai tempat yang "didudukinya" akan menciptakan sebuah arena "pertarungan" yang bukan hanya berdimensi ekonomik, tetapi juga politis dan sosial. "*[T]he diffusion of any technology is the site of struggle, with acceess policy reflecting broader issues of political, social, and economic power,*" kata Warschauer.

Adapun ihwal distingsi antara makanan rumahan (*home-cooked food*) dan makanan cepat saji (*fast food*), ahli sosiologi konsumsi George Ritzer, dalam *The Globalization of Nothing* (2006), mengatakan—dalan serangkaian kutipan panjang berikut:

> ... apa yang unik (makanan *gourmet* [makanan yang dibuat oleh ahli masakan atau juru masak], atau masakan rumahan dan restoran tradisional) cenderung untuk memiliki akar-akar lokal (misal, penggunaan bahan-bahan lokal yang segar, keahlian koki-koki perseorangan dalam dapur mereka sendiri). Sementara apa yang umum (makanan *microwave* [makanan siap saji yang cukup dihangatkan di *microwave* ketika hendak dimasak], atau restoran cepat saji) cenderung kurang memiliki akar-akar seperti itu. Bahan-bahan makanan jenis ini cenderung berasal dari mana pun dan ada di mana pun (contoh, bahan-bahan dari banyak daerah yang berbeda; keahlian-keahlian yang dibangun menjadi instruksi-instruksi pada kemasan dan dapat diakses oleh siapa pun, di mana pun) (h. 32).
>
> Makanan *gourmet* mungin dihubungkan dengan sebuah daerah geografis tertentu di mana, sebagai contoh, beberapa bahan makanan mungkin bersifat lokal dan hanya dapat diperoleh, paling tidak yang masih segar, hanya di sana. ... Kebalikannya, makanan ... *microwave* [meskipun memiliki asal-usul dan sejarah yang merujuk pada suatu daerah geografis tertentu] tidak memiliki ikatan terhadap suatu daerah tertentu, makanan jenis ini dapat dibeli dan dimasak di mana pun ...; dan makanan ini mungkin terdiri dari bahan-bahan dari banyak tempat yang berbeda dan mengikuti resep umum yang dirancang untuk menarik konsumer sebanyak mungkin (h. 35).
>
> Apa yang memiliki ikatan-ikatan lokal cenderung untuk menjadi sebuah bentuk yang kaya dalam substansi khusus, terutama yang spesifik terhadap dan menegaskan daerah [asalnya] ... ; dan apa yang kurang memiliki ikatan-ikatan seperti itu lebih mungkin menjadi sebuah bentuk yang sebagian besar substansinya kurang (h. 35).

Sementara, dalam bukunya yang lain, yang terbit lebih dahulu, *Teori Sosial Postmodern* (2003) (terjemahan dari edisi bahasa Inggris berjudul *The Postmodern Social Theory*), Ritzer memaparkan perbedaan cita rasa makanan di antara restoran tradisional dan restoran cepat saji:

> Berkaitan dengan persoalan cita rasa makanan, makanan cepat saji cenderung merayu konsumernya dengan cita rasa yang kuat, terutama rasa manis dan asin, bukan cita rasa yang halus. Sebaliknya, restoran tradisional dengan pencicip makanan yang ahli (atau makan masakan sendiri [*home cooking*]) diorientasikan untuk merayu puncak cita rasa konsumer. Bahkan, hiasan restoran tradisional itu sangat menarik (*seductive*), berseberangan dengan tipikal restoran cepat saji yang cemerlang, keras, warna dan dekorasi yang menyolok (Ritzer, 2003: 401).

Kontras-kontras terhadap restoran cepat saji itu diciptakan—secara sengaja—oleh restoran-restoran yang berkonsep "rumahan" sebagai alternatif bagi para konsumer untuk dapat menikmati kuliner yang menawarkan pengalaman bersantap, yang menyediakan jaminan tidak hanya bahwa makanan baru saja dimasak, tetapi juga membawa kembali hubungan indriawi dan langsung antara tangan yang memasak dan

tangan yang menyantap. Dalam konsepsi ini, selain menawarkan personalitas dalam masakan sebagaimana yang ada dalam jenis *home cooking*, restoran rumahan juga mengembangkan pelayanan yang lebih personal dan hubungan pelanggan-pelayan yang lebih memiliki ikatan emosional—suatu bentuk hubungan sosial yang lebih memiliki kedalaman daripada hubungan sosial pelanggan-pelayan yang biasa ditawarkan oleh restoran-restoran cepat saji.[275]

Sebagai penutup diskusi mengenai kuliner *pastiche* dan nostalgia ini, dapat disimpulkan bahwa dalam kasus Bandung, kuliner lokal justru banyak bermunculan seiring dengan meningkatnya wisatawan domestik yang berlatar gaya hidup modern, khususnya dari kawasan Jakarta dan sekitarnya (Jabotabek), yang berakhir pekan di Bandung. Para pelancong mingguan ini berasal dari budaya urban yang kosmopolitan—yang akrab dengan berbagai jenis makanan modern, khususnya makanan cepat saji—ini bukannya dengan serta merta menggerus berbagai jenis makanan lokal (*indigenous cuisines*). Sebaliknya, kehadiran mereka justru memicu munculnya kembali berbagai makanan lokal yang memiliki akar-akar historis pada masyarakat setempat, berdampingan hidup dengan berbagai bentuk makanan modern dan global. Dalam etos "hidup berdampingan" itu, mungkin terjadi proses inkorporasi, mungkin pula proses resistensi, atau kombinasi di antara kedua proses itu, di antara elemen lokal dan global, antara elemen tradisional dan modern.

Fenomena dalam praktik (wisata) kuliner di Bandung itu menegaskan bahwa entitas lokal memainkan peranan kunci sebagai sumber keanekaragaman maupun inovasi. Seperti yang dikemukakan oleh Ritzer (2006: 231, 249), walaupun seseorang dapat mengasumsikan sebuah skenario bahwa keanekaragaman dan inovasi semakin banyak berasal dari fenomena glokal, skenario ini tidak akan pernah sungguh-sungguh merupakan sebuah sumber inovasi yang sebagus yang lokal. Bagaimana pun juga, glokal dimodifikasi dari sangat awal oleh aneka ragam kekuatan-kekuatan yang berusaha untuk membuatnya diterima oleh kalangan luas konsumen, mungkin yang ada di banyak daerah berbeda di seluruh dunia. Dengan cara ini, pertalian-pertalian ke tempat dan benda asli makin hilang karena mereka semakin bertambah mudah untuk menyesuaikan rasa dan kepentingan yang berbeda. Sebagai kontrasnya, lokal tidak begitu dimodifikasi. Sebagai hasilnya, lokal secara umum lebih unik dan merupakan sumber keanekaragaman yang lebih besar.

Oleh karena itu, dalam kaitannya dengan apa yang disebut sebagai pasar bebas dan globalisasi—yang bisa dengan cepat menggerus yang lokal—diperlukan usaha-usaha yang efektif untuk mendukung dan meneruskan yang lokal (*ibid*: 249). Tujuannya bukan untuk mendorong dunia kembali kepada zaman di mana yang lokal ada semuanya bagi mayoritas orang-orang di planet ini. Tujuannya lebih kepada hak untuk tetap memiliki setidaknya beberapa aspek lokal sehingga orang-orang dapat membuat sebuah pilihan di antara lokal, glokal, dan global. Namun, ini bukan semata-mata persoalan memungkinkan pilihan yang lebih banyak, ini juga sebuah persoalan meneruskan sebuah sumber inovasi yang krusial di dunia ini. Tanpa ide-ide dan inovasi-inovasi yang berasal dari bawah, dari lokal, dunia akan lebih banyak stagnan dan sangat miskin. Organisasi semacam Slow Food Movement, yang sudah dipaparkan pada segmen "Kuliner *Pastiche* dan Nostalgia" di atas, secara aktif memperjuangkan agar entitas lokal tetap hidup.[]

19

Kuliner sebagai Entitas Teknokultur yang Multimodus

Apa yang telah dipaparkan ihwal teknokultur kuliner di Bandung dalam lima segmen pembahasan di atas menunjukkan bahwa modus-modus teknokultur yang dirumuskan dalam Bagian 4 buku ini, yang merupakan sebuah kerangka analitik, berlaku dan dapat digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai fenomena teknokultur kuliner di Bandung. Namun, lebih dari itu, analisis teknokultur kuliner di Bandung tersebut juga menunjukkan hal lain yang belum secara khusus diformulasikan dalam bagian tersebut, padahal "hal lain" itu sesungguhnya sangat esensial bagi kajian ini: bahwa objek-objek analisis dalam teknokultur secara esensial berwatak multimodus. Pembahasan tentang kedai sushi kaki lima dalam segmen "Kuliner yang Dipengaruhi oleh Kultur" di atas adalah salah satu contoh yang menunjukkan hal ini. Oleh sebab itu, segmen penutup dalam analisis teknokultur kuliner di Bandung ini akan saya gunakan untuk menganalisis sebuah contoh kuliner yang eksis di Bandung—yakni kuliner yang disebut bakmi jawa—yang memperlihatkan secara jelas bahwa objek analisis dalam teknokultur secara esensial berwatak multimodus—meskipun contoh ini secara sepintas hanya tampak relevan dengan modus nostalgia.

Di Bandung, sensasi rasa jawa melalui kuliner berbahan dasar mi ini ditawarkan antara lain oleh warung Bakmi Jowo DU67 (lihat Sartono & Pambudy, 2009). Nama DU67 merupakan singkatan dari Dipati Ukur, nama jalan tempat warung itu berada. Pada nama Bakmi Jawa itu masih ada embel-embel keterangan Asli Gunung Kidul. Gunung Kidul adalah nama kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta. Asal-usul bakmi jawa pada umumnya memang dikaitkan dengan Gunung Kidul, sebuah kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta. Warga di beberapa desa di kabupaten itu, terutama dari kecamatan Wonosari, banyak berpenghidupan sebagai penjual mi yang kemudian dikenal sebagai bakmi jawa.

Bakmi jawa dimasak dengan menggunakan bumbu dasar bawang putih dan kemiri yang ditumbuk menggunakan lumpang. Mereka pernah menggunakan *mixer* untuk menghaluskan bawang dan kemiri, tapi hasilnya kurang bagus karena aroma wangi bumbu tidak keluar. Bumbu itu ditambah berbagai unsur penambah rasa seperti tomat, daun bawang, serta bawang goreng. Pada mi juga ditambahkan telur yang telah digoreng terlebih dahulu sebelum dicampur dengan mi. Ditambah pula ayam yang terlebih dahulu direbus kemudian digoreng sesaat sebelum diramu dengan mi dengan cara disuwir. Mi dimasak dengan cara digodok dengan menggunakan arang sebagai bahan bakar seperti digunakan pembuat mi di Gunung Kidul. Rasa dan cara pembuatan bakmi jawa ini diusahakan mendekati otentisitas atau orisinalitas rasa Gunung Kidul. Warung ini misalnya menggunakan arang sebagai bahan bakar seperti digunakan pembuat mi di Gunung Kidul. Panas dari arang dianggap paling ideal untuk menghasilkan aroma wangi bagi kemiri dan bawang. Dengan arang, panas yang disimpan dalam ketebalan wajan

(penggorengan dari baja) bisa diserap oleh bahan dengan sempurna. Tungku arang terpasang di bagian depan warung. Untuk menjaga kestabilan panas, tungku diembusi angin dengan alat yang disebut *blower*. Cara mendekati orisinalitas rasa Gunung Kidul itu juga diupayakan dengan memanggil juru masak dari Gunung Kidul. Sang juru masak memberi pelatihan kepada tenaga yang juga didatangkan dari Gunung Kidul.

Selain melalui mi, sensasi rasa jawa yang ditawarkan warung ini adalah teh poci, teh berjenis melati yang beraroma sedap wangi. Warung ini menggunakan teh yang biasa digunakan warga Gunung Kidul supaya memberi rasa lain dari teh-teh yang biasa disuguhkan di Bandung. Rasa sepet-sepet segar sedap wangi itu muncul baik ketika teh disajikan panas-panas ataupun dingin dengan es (penggunaan es itu sendiri merupakan modifikasi terhadap teh poci asli yang tidak mengenal penggunaan es). Rasa jawa yang diharapkan muncul dari mi dan teh itu diperkuat dengan atmosfer jawa yang dihadirkan dengan lagu-lagu langgam jawa atau campur sari. Warung juga dibangun menggunakan *gedhek* atau dinding anyaman bambu dengan tiang-tiang dari bambu. Para pramusaji juga mengenakan *blangkon* atau penutup kepala khas jawa serta berbaju batik. Begitulah suasana Jawa untuk menemani orang dari mana saja bersantap bakmi jawa di tanah Pasundan.

Dalam analisis teknokultur, kehadiran kuliner bakmi jawa ini membawa banyak sekali elemen tradisi dan lokalitas. Bahkan, seperti dikatakan oleh sebagian pelanggan Jawa-nya yang tinggal di Bandung dan Jakarta, kuliner ini menjadi nostalgia untuk merasakan kenikmatan masakan dari kampung. Bakmi di RM Bakmi Jawa, misalnya, menjadi tempat melepas rindu orang Jawa yang merantau di Jakarta. Pembelinya banyak yang pejabat dan berasal dari Jawa. Kuliner ini, demikian diteorikan, menjadi produk yang dapat melekatkan diri para konsumernya dengan masa lalu yang asli dari khazanah tradisi mereka. Tujuan dari restoran yang menjual otentisitas cita rasa masakan (juga *setting* fisik restoran) semacam ini ialah:

> *Increasing attraction to real flavors (from indigenous cultures and their own watersheds), restaurants increasingly reflect the true spirit of a cuisine, [and] reverting back to traditional cooking, drawing heavily on fresh, seasonal and local produce* (Tinderbox, 2008).

Tetapi, selain lokalitas yang kuat, kuliner ini juga menghadirkan fenomena heterogenitas. *Penempatan* perangkat teknis memasak (tungku arang dari tanah liat) di bagian depan warung (konsep *visible kitchen*) menambahkan pada kuliner bakmi jawa ini suatu ciri dari resto masakan global. Dengan demikian, terbentuk kondisi heterogen di sini: ada elemen globalitas dalam sistem teknologis (sekaligus elemen modernitas melalui penggunaan *blower*), tetapi sebagian besar elemen teknologis lainnya (*jenis* tungku tanah liat atau ”*anglo*” berbahan bakar arang) disengaja agar sangat tradisional untuk menjaga orisinalitas aroma dan rasa khas bakmi jawa. Bahkan, di sini ekspresi keotentikan masakan diperkuat dengan berbegai elemen pendukung seperti rancangan interior dan eksterior warung serta penggunaan busana khas jawa para pelayannya, memperkuat elemen tradisionalitas dan lokalitas warung. Sedangkan embel-embel keterangan ”Asli Gunung Kidul” pada nama bakmi jawa itu (misalnya pada Bakmi Jowo DU 67), tampaknya didesain untuk membangkitkan kembali kenangan akan kuliner tradisional yang lekat di hati—yang kini mulai terasa hilang di tengah arus globalisasi masyarakat urban.

Dilihat dari sisi kultur makanan kontemporer yang banyak dibentuk oleh sistem restoran cepat saji yang berkarakter impersonal, eksistensi kuliner bakmi jawa ini pada masyarakat urban kontemporer seperti hendak memberikan kontras terhadap kultur makanan serbacepat dan impersonal tersebut. Dalam kultur kuliner tradisional, seperti dikatakan Sardar & Loon (2001: 21), kegiatan memasak adalah bagian dari pengalaman bersantap, yang menyediakan jaminan tidak hanya bahwa makanan baru saja dimasak, tetapi juga membawa kembali hubungan indriawi dan langsung antara tangan yang memasak dan tangan yang menyantap. Personalitas dalam masakan ini—sebagaimana yang ada dalam jenis *home cooking*—membuat kuliner ini berada dalam posisi yang berseberangan dengan restoran cepat saji.

Bakmi jawa ini juga menunjukkan apa yang oleh para teoretikus STS dikatakan sebagai "kapasitas kreatif pengguna/konsumer suatu objek teknologi untuk memberikan makna dan kegunaan yang berbeda-beda pada objek itu sesuai dengan konsepsi dan praktik kultural mereka". Dalam hal bakmi jawa, di tempat asalnya kuliner ini memiliki fungsi yang berbeda dari yang di Bandung. Di Gunung Kidul, fungsi kuliner ini lebih bersifat instrumental, yakni sebagai santapan sehari-hari sebagaimana nasi (lihat Kusuma, 2009b); sedangkan di pusat urban seperti Bandung dan Jakarta, selain bersifat instrumental juga bersifat simbolik, yakni sebagai penanda identitas makanan lokal Nusantara yang pertumbuhannya tidak lepas dari konteks sebagai respons atas makin banyaknya komoditas-komoditas urban dan global yang masuk ke masyarakat urban. Dilihat dari sudut pandang teknokultur, perubahan fungsi tersebut menunjukkan bahwa bakmi jawa merupakan *kuliner yang berubah fungsi karena perbedaan lokasi budaya.*

Dalam konteks Bandung, kehadiran kuliner yang merupakan bagian dari entitas budaya Jawa di pusat urban budaya Sunda ini juga dapat dibaca sebagai penanda multikulturalitas masyarakat Bandung dan keterbukaannya terhadap pelbagai bentuk budaya lain untuk hidup berdampingan dan bersama-sama membentuk identitas Kota Bandung. Multikulturalitas ini (lihat *Kompas*, 2008) antara lain karena Bandung tidak memiliki akar budaya tradisional sekuat kota-kota lain. Dengan demikian, orang Bandung lebih terbuka dalam menerima ide-ide dari luar dan lebih egaliter. Ini berbeda dari Solo atau Yogyakarta yang akar budaya Jawanya sangat kuat. Kalaupun ada aspek kultural yang dominan, yaitu Sunda, itu hanya terbatas pada bahasa. Selain itu, Bandung adalah kota yang dibangun Belanda sebagai kota pendidikan sehingga mengundang pelajar dari berbagai daerah ke kota itu. Selain menjadikan Bandung kota plural, kedatangan pelajar itu membuat warga yang berada pada usia produktif pun tinggi jumlahnya. Sebagai kota warisan kolonial, Bandung juga dirancang oleh Belanda sebagai kota waktu luang dan gaya hidup. Hal ini membuat Bandung, sejak tahun 1920-an, sudah menjadi tempat pertukaran ide dan nilai-nilai budaya dengan pihak luar. Bandung sejak dulu sudah kosmopolitan yang dicirikan oleh keterbukaan dan pluralisme.

Pembacaan ketiga atas kuliner bakmi jawa ini, dari perspektif kajian budaya (*cultural studies*), adalah sebagai suatu bentuk resistensi (persisinya, suatu perlawanan simbolik") terhadap kapitalisme industrial yang masuk melalui berbagai jenis restoran cepat saji global seperti McDonald's dan Kentucky Fried Chicken (KFC). Tapi, kuliner ini juga dapat dipandang sebagai pertanda berlangsungnya inkorporasi atau konsensus terhadap kapitalisme. Munculnya warung-warung bakmi jawa ini tidak lepas dari ideologi kapitalisme akhir (*late capitalism*) atau kondisi pascamodern yang kemudian (melalui warung-warung makan itu sebagai mediumnya) mendorong orang untuk menjadi konsumer: mendorong orang untuk, secara periodik, memilih makan di luar rumah (*eating out*) daripada hanya selalu mengkonsumsi masakan sendiri (*home*

cooking) (dalam perspektif teknokultur, ini menunjukkan keberlakuan modus *pengaruh teknologi terhadap sosiokultur*). Demikianlah, dalam pandangan kajian budaya, dengan mengasumsikan kuliner ini (dari sisi kultural) sebagai suatu bentuk budaya pop, maka—seperti dikatakan oleh Stuart Hall (dalam Storey, 2007: 3)—ini adalah "sebuah arena konsensus dan resistensi".

Analsis dari perspektif pascamodernisme akan menghasilkan kesimpulan bahwa kuliner bakmi jawa ini merupakan suatu bentuk *pastiche*, yakni pengambilan bentuk-bentuk komoditas dari berbagai fragmen sejarah untuk kemudian komoditas itu ditempatkan ke dalam konteks semangat zaman masa kini. Dalam pandangan pemikir pascamodernisme Fredric Jameson (1984, dalam Barnard, 2009: 232), semua produksi budaya adalah produksi imitasi gaya masa lalu. Proses imitasi atau nostalgia ini diartikulasikan melalui berbagai bentuk komoditas dan selera komersial; dan dimaksudkan untuk "menguatkan kembali gaya masa lalu sebagai upaya untuk menjalani masa kini". Perspektif pascamodernisme ini menekankan bahwa *pastiche* dibangun bukan terutama untuk menunjukkan identitas (kelompok sosial/kultural) yang otentik, melainkan lebih sebagai upaya untuk menciptakan perbedaan demi perbedaan itu sendiri.

Itulah kondisi yang disebut oleh Deleuze dan Guattari sebagai "nomadisme identitas", yaitu kecenderungan untuk merayakan perpindahan, ketidakberakaran, dan diskontinuitas identitas kultural. Dalam nomadisme identitas ini, identitas tidak lagi bersifat esensial sebagai semata-mata kontinuitas atau tradisi seperti pada masyarakat tradisional, melainkan lebih merupakan retorika yang dibentuk secara kultural melalui praktik sosial sehari-hari. Sebagaimana yang dikatakan oleh Piliang (1998: 167), seraya menyitir pendapat antropolog James Clifford dalam *The Predicament of Culture*, terjadinya nomadisme identitas ini disebabkan kebudayaan dan identitas tidak saja bersifat inventif dan *mobile*, akan tetapi juga sinkretis dan kreatif. Bagaimanapun eksotisnya suatu kebudayaan, ia tidak akan dapat lagi mengelakkan diri dari jaringan informasi global, yang pada gilirannya akan mengusik dan memengaruhi keutuhan, integritas, dan orisinalitasnya.[]

20

Kuliner dan Studi Pariwisata: Bagaimana Analisis Teknokultur ini Berguna?

Telah disebutkan di atas bahwa Bandung adalah kota yang dalam beberapa tahun terakhir ini berkembang menjadi destinasi wisata kuliner bagi wisatawan domestik, khususnya dari kawasan Jabodetabek. Wisata kuliner itu sendiri dapat dikatakan merupakan sebuah fenomena baru dalam dunia kepariwisataan. Sebagaimana semua jenis wisata menjadikan pengalaman (yang berbeda dari pengalaman si wisatawan di tempat asalnya) sebagai komoditas, wisata kuliner pun demikian—hanya saja objeknya ialah makanan dan minuman. Sajna Shenoy dalam disertasinya, *Food Tourism and The Culinary Tourist* (2005: 1), menjelaskan ihwal bagaimana makanan dapat menawarkan pengalaman yang berbeda bagi wisatawan (kuliner) sehingga makanan pun dapat dijadikan sebagai komoditas pariwisata.

> *Consumption is an integral aspect of the tourist experience, with the tourist consuming not only the sights and sounds, but also the taste of a place. Nearly, all tourists eat and dine out. Food is a significant means to penetrate into another culture as "...it allows an individual to experience the 'Other' on a sensory level, and not just an intellectual one" (Long, 1998, p.195). Local food is a fundamental component of a destination's attributes, adding to the range of attractions and the overall tourist experience (Symons, 1999). This makes food an essential constituent of tourism production as well as consumption.*

Jadi, dalam konsepsi wisata kuliner, apa yang dicari oleh para wisatawan ialah *pengalaman* untuk merasakan cita rasa masakan dan minuman yang tidak mereka temui di tempat asal mereka. Esensialitas pengalaman dalam wisata kuliner ini tampak jelas, misalnya, dalam definisi "wisata kuliner" (*culinary tourism*) yang dikemukakan Lucy M. Long—orang pertama yang menggunakan istilah itu. Dalam artikelnya di jurnal *Southern Folklore* edisi 1998, "Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness", Long (2005, dalam MacLaurin, Blose, dan Mack, 2007) mendefinisikan wisata kuliner sebagai "... *exploring and discovering culture and history through food and food related activities in the creation of memorable experiences*". Jadi, istilah "wisata kuliner" digunakan Long untuk mengekspresikan gagasan tentang pengalaman memasuki dan merasakan budaya lain melalui makanan. Konsepsi yang lebih kurang serupa, yang menekankan esensialitas pengalaman, dikemukakan oleh Erik Wolf dalam *Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition* (2002, dalam Karim, Chua, dan Salleh, 2009). Wolf mendefinisikan "wisata kuliner" sebagai:

> *...a visit or travel that is motivated by an interest in food and drink. Thus, the main motivations for people to travel are to experience and taste the food and drink that can provide a lasting memory in their lifetime*

Demikianlah, hasrat “pengejaran” akan *pengalaman* makan dan minum yang unik dan tidak terlupakan memotivasi orang untuk melakukan perjalanan wisata kuliner. Dalam analisis teknokultur kuliner di Bandung yang dipaparkan di atas, semua jenis kuliner yang dipaparkan sebagai contoh pada dasarnya menawarkan pengalaman bersantap sebagai komoditas, selain untuk pemenuhan kebutuhan dasar orang akan makanan. Wisata kuliner di kebun stroberi yang populer di Bandung, misalnya, memperlihatkan dengan jelas bagaimana *pengalaman* memetik sendiri buah stroberi adalah yang justru menjadi komoditas utama, sementara menu makanannya tampaknya hanya merupakan pelengkap. Demikian pula dengan contoh tentang Bumbu Desa. Apa yang pertama-tama dijual oleh restoran masakan Sunda ini sejatinya bukanlah makanan, melainkan *pengalaman* menikmati makanan dengan sentuhan unik yang sangat kuat karakter lokal dan nostalgianya (lokalitas dan nostalgia kampung Pasundan).

Lalu, apa signifikansi praktikal dari analisis teknokultur kuliner di Bandung, yang telah dipaparkan di atas, bagi upaya pengembangan wisata kuliner di Bandung? Setidaknya, analisis teknokultur kuliner tersebut telah menunjukkan bahwa dalam kehidupan yang terasa semakin mengglobal dewasa ini, dunia kehidupan tidak pernah bergerak hanya kepada satu arah, yakni menuju keseragaman, homogenitas. Dunia kehidupan kontemporer justru menunjukkan kecenderungannya untuk bergerak ke arah yang semakin heterogen, dan bahkan memunculkan bentuk-bentuk hibrida. Tren ini seakan menepis kekhawatiran yang pernah dilontarkan oleh pemikir pascamodernisme Jean-Francois Lyotard dalam *The Postmodern Condition* (1979, dalam O’Donnell, 2009: 142), ketika ia mengatakan: ”Marilah kita berperang melawan totalitas [keseragaman]”. Kenyataanya, globalisasi tidak pernah menjadikan dunia kehidupan umat manusia sebagai suatu totalitas yang membekukan, justru sebaliknya: melahirkan dinamika partikularitas.

Dalam konteks pengembangan wisata kuliner di Bandung, gambaran perihal *dunia kehidupan kontemporer yang cenderung semakin heterogen* yang dihasilkan dari analisis terhadap teknokultur kuliner di Bandung tersebut dapat digunakan sebagai petunjuk bagi para pemilik, perencana, dan pengelola destinasi dan produk wisata kuliner, dan otoritas pemerintah setempat di bidang kepariwisataan, untuk merancang dan mengkreasi berbagai destinasi dan produk wisata kuliner yang dapat mengakomodasi dan bahkan memanfaatkan kondisi keragaman itu. Kondisi yang demikian dapat mendorong dan mengarahkan berbagai destinasi dan produk wisata kuliner didesain dengan bertumpu pada ceruk pasar yang sangat spesifik dan tersegmentasi, atau memadukan berbagai segmen spesifik itu dalam satu konsep restoran.

Hal tersebut dilakukan mungkin melalui strategi: (1) mengkreasi makanan yang berkarakter heterogen dan hibrida, atau yang merupakan tiruan lokal atas produk global (modus pertama teknokultur); (2) mengintroduksi kultur global melalui makanan kepada masyarakat lokal, atau mengkreasi makanan global yang memiliki sentuhan kultur lokal (modus kedua teknokultur); (3) “memainkan” faktor perbedaan budaya untuk memodifikasi segi desain atau fungsi suatu produk makanan—termasuk cara penyajian makanan dan *setting* tempatnya (modus ketiga teknokultur); atau (4) mendaur ulang bahan-bahan yang sudah digunakan pada masa lalu untuk menciptakan produk makanan masa kini melalui strategi nostalgia atau *pastiche* atau *bricolage* (modus keempat teknokultur). Semua strategi tersebut ditempuh dengan maksud untuk dapat memberikan pengalaman yang unik dan berkesan kepada setiap wisatawan, yang sebisa mungkin dapat sesuai dengan selera dan aspirasi mereka mengenai kuliner.

Signifikansi praktikal lain dari analisis teknokultur (wisata) kuliner di Bandung tersebut ialah dapat dikonstruksikannya pemahaman mengenai *mekanisme kerja teknokultur kuliner*: makna-makna budaya saling memengaruhi dan mengubah dengan artefak-artefak material kuliner. Dalam konteks pengembangan wisata kuliner di Bandung, terutama bagi para pemilik, perencana, dan pengelola destinasi dan produk wisata kuliner dan otoritas pemerintah setempat di bidang kepariwisataan, konstruksi pemahaman ini berimplikasi ganda. Pada satu sisi, pemahaman itu dapat mendorong berkembangnya pengetahuan tentang bagaimana "teknologi makanan" (yakni produk makanan beserta semua praktik yang menyertainya, termasuk produksi bahan baku, pengolahan, penyajian, dan cara menyantap makanan) dapat digunakan untuk merekayasa "kultur makanan" (*food culture*). Dalam pandangan ini, pengalaman wisatawan untuk "memasuki dan merasakan budaya lain melalui makanan"—yang merupakan esensi wisata kuliner—sejatinya adalah sesuatu yang, sampai batas tertentu, juga dapat direkayasa atau dibentuk oleh mereka melalui pemahaman dan pengetahuan mengenai mekanisme kerja teknologi dalam memengaruhi dan mengubah kultur makanan.

Sementara, pada sisi lain, pemahaman mengenai mekanisme kerja teknokultur juga dapat dimanfaatkan oleh mereka untuk mengembangkan pengetahuan tentang bagaimana berbagai kultur makanan dapat digunakan untuk memengaruhi dan, sampai batas tertentu, mengontrol arah dan perkembangan teknologi makanan. Dalam kondisi globalitas sekarang ini, ketika hampir tidak ada lagi ruang dan waktu yang terisolasi dari pengaruh global, dimensi ruang dan dimensi waktu yang terlibat dalam "kerja" teknokultur kuliner tersebut tentu saja sangat besar kemungkinannya untuk berkarakter persilangan karena berada dalam dinamika global-lokal atau tradisional-modern atau Timur-Barat. Pengetahuan ihwal mekanisme kerja teknokultur makanan yang seperti itu berpotensi memberikan kontribusi yang signifikan bagi kajian perencanaan pariwisata kuliner yang esensinya ialah memberikan pengalaman yang khas, unik, dan tidak terlupakan bagi wisatawan (yakni pengalaman yang tidak dapat diperoleh si wisatawan di tempat asalnya) melalui makanan dan minuman.

Dapat dikonsepsikan di sini bahwa walaupun otentisitas atau kemurnian suatu tradisi makanan lokal adalah komponen yang sangat penting dalam penciptaan pengalaman yang unik dalam wisata kuliner, tetapi kemampuan suatu destinasi atau produk wisata kuliner untuk memberikan pengalaman yang seperti itu tidak tergantung hanya kepada komponen tersebut. Dengan kata lain, dalam wisata kuliner, atau wisata apa pun, *pengalaman adalah sesuatu yang dikonstruksikan*, hasil dari suatu proses komodifikasi, yang karena itu sangat mungkin tidak esensial, atau bersifat artifisial, karena dibentuk dari berbagai campuran bahan sehingga tidak memiliki identitas yang otentik atau kontinuitas tradisi. Maka, seperti dikatakan Piliang (1998: 167), "tersedianya beragam kebudayaan berikut kemungkinan pengkombinasiannya yang tanpa batas di dalam era [globalisasi] ini ... memungkinkan seseorang untuk menjadi apa saja: menjadi orang dengan identitas yang berbeda-beda".

Pemikir pascamodernisme Gilles Deleuze dan Felix Guattari mengaitkan fenomena pengonstruksian pengalaman itu—yang sebenarnya bukan hanya terjadi dalam dunia pariwisata, tetapi juga dalam setiap praktik gaya hidup di masyarakat—dengan apa yang disebutnya sebagai "nomadisme identitas", yaitu kecenderungan untuk merayakan perpindahan, ketidakberakaran, dan diskontinuitas identitas kultural. Dalam pandangan antropolog James Clifford (*The Predicament of Culture*, 1988, dalam Piliang, 1998: 166), setiap bentuk pengonstruksian pengalaman akan menghasilkan suatu "sinkretisme identitas". Itu terjadi karena masyarakat memasuki dunia yang satu sama lainnya telah

dipersatukan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sehingga, dalam kata-kata Piliang, “setiap orang—dalam kepekatan tertentu—tak otentik lagi: dijepit di antara dua kebudayaan yang berbeda; terlibat secara interaktif dan dialogis dengan kebudayaan lain”.

Kembali ke ihwal wisata sebagai kegiatan yang menawarkan pengalaman yang dikonstruksikan, maka dalam wisata kuliner pengonstruksian pengalaman itu dilakukan melalui beragam pilihan strategi inovasi dalam perencanaan destinasi dan produk wisata kuliner. Pada konteks itu, kajian ini, yang menawarkan kerangka analitik modus-modus teknokultur beserta landasan konseptualnya, dapat menjadi salah satu perangkat “keilmuan” yang relevan untuk merancang strategi inovasi dalam perencanaan pariwisata kuliner. Melalui pengetahuan analitik mengenai teknokultur makanan, para perencana dan pengelola destinasi dan produk wisata kuliner dapat mengkreasi banyak pilihan dan untuk menciptakan pengalaman tersebut. Adapun ihwal pengalaman, seperti halnya soal identitas sebagaimana yang dinyatakan oleh Deleuze & Guattari dan Clifford di atas, dimungkinkan untuk dikonstruksi dan dikonstruksi ulang secara terus-menerus, diciptakan lalu dimodifikasi berkali-kali, sering dalam kecepatan tinggi. Semua itu, kata Piliang (1998: 167), dilakukan sebagai pemenuhan akan tuntutan diferensi dalam gaya hidup masyarakat dewasa ini.[]

21

Epilog: Wacana Modernisme dan Pascamodernisme

Sebagai penutup bagian ini, berikut saya paparkan secara ringkas mengenai implikasi teoretik atau filosofis—jika boleh dikatakan demikian—dari contoh aplikasi teknokultur kuliner di Bandung ini. Implikasi yang dimaksud ialah mengenai wacana (*discourse*) modernisme dan pascamodernisme dalam objek kajian teknokultur. Ini dipaparkan karena tema teknokultur secara inheren jelas mendiskusikan persoalan perubahan kebudayaan (dalam hubungannya dengan teknologi), dan karena itu tidak bisa terlepas dari penggunaan perspektif mengenai modernisme dan/atau pascamodernisme. Faktanya, penyebutan istilah modernisme dan pascamodernisme (baik secara eksplisit maupun hanya secara asosiatif) muncul di banyak halaman dalam kajian ini.

Berbeda dengan asumsi sebagian kalangan pemikir kajian budaya dan sosiologi yang mengatakan bahwa masyarakat kontemporer telah berpindah dari kondisi modernitas ke kondisi pascamodernitas, kajian teknokultur ini memperlihatkan bahwa proses peralihan dari kondisi modern ke kondisi pascamodern bukan berlangsung dalam pengertian ”meninggalkan satu kondisi untuk memasuki kondisi lain”. Kenyataannya, yang terjadi lebih merupakan perkembangan masyarakat pascaindustri yang sepenuhnya meninggalkan ciri-ciri modernitas, tetapi juga tidak sepenuhnya menunjukkan juga ciri-ciri pascamodernitas. Kedua kondisi tersebut ternyata dapat terjadi atau muncul secara simultan.

Analisis mengenai ”Kuliner Homogen, Heterogen, dan Hibrida” pada Bab 14 (serta paparan modus pertama teknokultur pada Bab 8) adalah salah satu contoh yang memperlihatkan bagaimana fenomena teknokultur sebenarnya merupakan objek kajian yang mengekspresikan baik wacana modernitas maupun pascamodernitas. Pada kedua pembahasan tersebut diperlihatkan ciri-ciri modernitas (yakni homogenitas) yang muncul bersamaan dengan ciri-ciri pascamodernitas (heterogenitas dan hibriditas). Contoh lain ialah analisis mengenai “Kuliner ‘Pastiche’ dan Nostalgia*”* (Bab 17) serta modus keempat teknokultur (Bab 11). Modus keempat menyatakan bahwa teknologi yang disebarluaskan secara global ke berbagai tempat (ini berarti ciri modernitas) dapat memicu reaksi yang berlawanan dalam bentuk menguatnya kembali lokalitas—suatu upaya untuk memunculkan kembali dimensi lokal dalam kaitannya dengan fenomena globalisasi (ini merupakan ciri pascamodernitas).

Sosiolog Douglas Kellner dalam *book chapter* “Theorizing/Resisting McDonaldization” (1999) menengarai fenomena serupa itu ketika mendiskusikan restoran cepat saji McDonald’s:

> *I would argue that we are currently between the modern and the postmodern, in a borderline space between two cultural and social paradigms..., and that there are identifiable features of both the modern and the postmodern involved in McDonaldization.*

In particular, McDonaldization as a rationalization of production and consumption is clearly modern in inspiration and form, whereas the proliferation of sign value in the McDonald's experience through advertising and publicity stunts has postmodern ramifications, as its consumers enter a quasi-mythical hyperreal world of Americana, family fun, and good times.

Pada bagian lain tulisan tersebut, Kellner mengatakan:

...while on one level, McDonald's helps standardize and homogenize a global consumer culture, on another level it brings variety, diversity, and novelty to many parts of the world, thus contributing to the creation of a hybridized postmodern global popular.

Bukti-bukti yang diperlihatkan pada pembahasan mengenai "Kuliner Homogen, Heterogen, dan Hibrida" tersebut dikatakan bertentangan dengan apa yang sering diasumsikan dalam banyak literatur kajian budaya, karena "disiplin" ini mengasumsikan bahwa perkembangan masyarakat pascaindustri (*postindustrial society*) sekarang ini telah membawa kehidupan ke dalam peralihan dari kondisi modernitas menuju kondisi pascamodernitas (Piliang, 2003). Sedangkan sosiologi hingga kini masih diwarnai dengan serangkaian perdebatan antara pakar yang masih terus melihat masyarakat kontemporer sebagai kehidupan modern dan pakar yang menyatakan bahwa akhir-akhir ini telah terjadi perubahan dan masyarakat telah memasuki kehidupan baru, kehidupan pascamodern (Ritzer, 2004: 550).

Sebagai penjelasan, saya paparkan secara ringkas berikut ini asumsi-asumsi teoretis tentang modernitas dan pascamodernitas. Modernitas adalah suatu periode historis pasca-tradisional yang dicirikan terutama oleh industrialisme dan kapitalisme (yang disebut terakhir ini telah ditesiskan oleh Karl Marx sejak lebih dari satu abad yang lalu). Perkembangan ekonomi industrialis dan kapitalis ini sebenarnya beriringan dengan ciri utama sosial kehidupan modern yang diteorikan oleh Max Weber, yakni perkembangan rasionalitas formal (sistem rasional formal yang dicontohkan Weber adalah birokrasi). Teori dari Weber tersebut belakangan telah dikembangkan oleh George Ritzer dalam *The McDonaldization of Society*. Ritzer (2004: 550) merumuskan empat komponen rasionalitas formal, yakni kalkulabilitas (*calculability*), efisiensi, prediktabilitas (*predictability*), dan kontrol melalui teknologi (non-manusia) yang merupakan komponen kunci kehidupan modern. Menurut Ritzer, restoran cepat saji, misalnya McDonald's, mencerminkan dengan sangat baik paradigma rasionalitas formal pada masa kini.

Rasionalitas formal yang berkombinasi dengan industrialisme dan kapitalisme tersebut menciptakan apa yang oleh Piliang (1998: 287) disebut sebagai "mobilisasi barisan produksi dan konsumsi massa". Proses modernisasi, atau kondisi modernitas yang dihasilkannya, itu memungkinkan umat manusia hidup di dalam—meminjam istilah terkenal dari Marshall McLuhann—"desa dunia" (*global village*). Selanjutnya, menjadi jelas bahwa modernisasi mengantarkan masyarakat di berbagai belahan dunia memasuki proses globalisasi; dan globalisasi, sebagaimana telah dibahas pada Bab 8, kemudian mendorong pada kecenderungan homogenisasi. Sebaliknya, pascamodernitas justru dicirikan oleh penentangan terhadap keseragaman, homogenitas, serta kecenderungan ke arah keragaman, heterogenitas dan hibriditas (Piliang, 2003: 20). Kultur pascamodern diasumsikan telah meninggalkan jauh rasionalitas formal khas modernisme, juga mobilisasi produksi dan konsumsi massa yang menjadi tipikal kapitalisme industrial.[]

6

Kesimpulan

22

Implikasi dan Agenda Kajian Teknokultur

Buku ini merupakan suatu upaya teoretik untuk memetakan pertautan antara teknologi dan budaya (dengan penekanan pada konteks kehidupan sehari-hari), menjelaskan karakter relasi itu, dan mengidentifikasi pola-pola relasi yang terbentuk di antara kedua entitas tersebut. Upaya itu terwakili melalui dua pertanyaan penelitian yang diajukan dalam kajian ini—yakni *relasi seperti apakah yang terbentuk di antara teknologi dan budaya?* dan *mekanisme atau modus-modus apa sajakah yang terjadi dalam relasi tersebut?*—yang masing-masing telah dipaparkan jawabannya, berupa tawaran kerangka konseptual teknokultur dan kerangka analitik teknokultur.

Kerangka konseptual teknokultur yang dikembangkan dalam kajian ini (dipaparkan sepanjang Bab 2 hingga Bab 8), yang komponen-komponennya bersumber pada literatur studi teknologi, antropologi simbolik, kajian budaya (*cultural studies*), dan semiotika, telah menjelaskan ihwal tidak adanya keterpisahan antara entitas teknologi dan entitas budaya. Pada tataran ontologis, asumsi keterpisahan tersebut sejatinya memang tidak pernah ada; hanya saja, yang menjadi persoalan, pada tataran epsitemologis, sebagaimana tampak dalam banyak literatur ilmu-ilmu sosial-humaniora (lihat Bab 1), asumsi keterpisahan tersebut tampaknya merupakan pandangan yang lazim.

Dari sudut pandang budaya, argumen ketidakterpisahan antara entitas teknologi dan entitas budaya ialah bahwa cara manusia memaknai dunia kehidupannya (budaya) membutuhkan medium perilaku (sosial) dan artefak material (teknologi) untuk mengekspresikannya. Dalam pandangan ini, kultur, sosial, dan teknologi sesungguhnya kait-mengait secara sangat erat dan saling memengaruhi satu sama lain, membentuk suatu relasi segi tiga: *kebudayaan adalah dimensi maknawi dari praktik sosial, dan setiap praktik sosial senantiasa melibatkan artefak material.* Jadi, makna adalah elemen inti dalam konsep kebudayaan. Dalam visi semiotika, seperti telah dipaparkan pada Bab 5, makna adalah *asosiasi mental* yang dirujuk oleh tanda, atau petanda, baik petanda itu berupa artefak material maupun perilaku. Makna itu sendiri, walaupun merupakan suatu entitas mental (*unobesrvable*), tetapi ia dapat dibuktikan keberadaanya. Untuk membuktikan bahwa makna itu eksis, "tertanam" dalam setiap praktik sosial maupun artefak material, orang cukup membayangkan kontrasnya: adakah masyarakat yang tidak memproduksi dan mengedarkan makna-makna untuk setiap praktik sosial yang mereka lakukan atau artefak material yang mereka gunakan. Demikian hakikat makna: untuk mengetahui bahwa ia ada, orang tidak harus melihatnya secara kasat mata.

Adapun dari sudut pandang teknologi, premis "segi tiga teknokultur" (relasi kultur, sosial, dan teknologi) tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut: teknologi (artefak

material) adalah medium material yang dihuni oleh makna-makna budaya dan sekaligus merupakan sarana bagi praktik sosial. Keseluruhan paparan tiga bab tersebut membentuk apa yang saya sebut sebagai "kerangka konseptual teknokultur", suatu kerangka berpikir mengenai pertautan teknologi dengan kultur yang berkarakter non-deterministik.

Selanjutnya, kerangka konseptual tersebut menjadi landasan bagi perumusan kerangka analitik yang saya sebut sebagai "modus-modus teknokultur" (dipaparkan pada Bagian 4). Kerangka analitik ini merupakan jawaban yang saya tawarkan atas pertanyaaan penelitian kedua yang diajukan dalam kajian ini. Modus-modus teknokultur tersebut dapat *menunjukkan pola-pola relasi saling pengaruh dan saling mengubah antara teknologi dan budaya.*

Secara garis besar, modus-modus teknokultur tersebut ialah: *modus pertama* ihwal heterogenitas, homogenitas, dan hibriditas sebagai efek dari relasi antara teknologi dan budaya, khususnya yang berlangsung dalam masyarakat kapitalis-industrial yang memunculkan fenomena globalisasi; *modus kedua* soal saling pengaruh antara teknologi dan kultur, yakni entitas kultural dapat mempengaruhi desain teknologi—khususnya melalui proses penggunaanya oleh masyarakat, dan sebaliknya, teknologi berpengaruh terhadap tatanan sosiokultur; *modus ketiga* mengenai perubahan fungsi teknologi karena penggunaannya pada budaya lain, dan sebaliknya, penggunaan teknologi pada budaya lain dapat mengubah budaya setempat menjadi lebih serupa dengan budaya asal teknologi itu; dan *modus keempat* perihal teknologi (beserta muatan kultural di dalamnya) yang disebarluaskan ke berbagai masyarakat lain (dengan demikian juga ke budaya yang lain) dengan skala global dapat memicu reaksi yang berlawanan dalam bentuk munculnya kembali tradisi lokal dan "kembali ke masa lalu" (*pastiche* atau nostalgia), baik dalam bentuk nilai-nilai kultural maupun objek-objek teknis yang digunakannya. Sebagai catatan, modus-modus teknokultur yang diformulasikan dalam kajian ini diasumsikan dapat berlaku dalam berbagai objek kajian lain—bukan sebatas pada teknokultur kuliner—walaupun contoh aplikasi dalam kajian ini menampilkan objek kajian kuliner.

Implikasi Teoretik dan Praktikal

Telah dikemukakan di atas bahwa kerangka teoretik yang dikembangkan dalam kajian ini mempostulasikan adanya saling pengaruh antara teknologi dan budaya *melalui* medium praktik sosial sehari-hari. Postulat ini, untuk sebagian besarnya, dapat dikatakan "meminjam" (atau setidaknya diinspirasi oleh) konsep "translasi" yang sudah sejak lebih dari dua dasawarsa yang lampau dikemukakan oleh para pionir dan pengembang teori jaringan-aktor (*actor-network theory*—ANT), yakni Bruno Latour, Michael Callon, dan John Law.

ANT adalah sebuah pendekatan yang berkembang dalam bidang studi interdisipliner yang disebut *Science and Technology Studies* (STS). ANT mempostulasikan (lihat Yuliar, 2009: 127) bahwa di antara entitas sosial dan entitas teknologi berlangsung proses translasi, yakni penjajakan dan penyesuaian aksi-aksi yang berlangsung antara aktor-aktor sosial dan objek-objek teknis sampai suatu relasi yang stabil tercapai sehingga objek teknis dapat terus berfungsi. Proses translasi itu mempengaruhi dan mengubah kedua entitas tersebut. Pada entitas teknologi, itu maujud dalam bentuk desain dan konstruksi, sedangkan pada entitas sosial maujud

dalam bentuk pembelajaran melalui pembuatan dan penggunaan teknologi itu oleh masyarakat. Melalui desain, konstruksi, dan pembelajaran sosial itulah, objek teknologi berubah, dan manusia juga berubah. Sebagaimana yang dipostulasikan dalam kajian ini, proses yang berlangsung dalam pertautan antara teknologi dan budaya, yang menjadi fokus dari kajian ini, sampai batas tertentu memiliki kemiripan dengan proses translasi tersebut. Jadi, ada semacam proses ”translasi” yang terjadi di antara kedua entitas itu, dalam pengertian bahwa di antara teknologi dan budaya terjadi proses saling pengaruh dan saling mengubah. Pola-pola dari proses tersebut telah diidentifikasikan—berikut contoh-contohnya—pada Bagian 4 tentang modus-modus teknokultur.

Apa yang terutama membedakan kajian teknokultur ini dari kajian ANT ialah aspek dari masyarakat—dalam relasinya dengan teknologi—yang menjadi fokus analisisnya. Dalam mengkaji relasi teknologi dengan masyarakat, yang menjadi fokus analisis kajian teknokultur ialah aspek *budaya*—bukan aspek *sosial* seperti halnya dalam kajian ANT. Jadi, alih-alih berorientasi pada fundamentalitas *praktik sosial* (aksi dan jaringan para aktor manusia dan aktor non-manusia [objek-objek teknis]), teknokultur berorientasi pada fundamentalitas *makna-makna di balik praktik sosial*, dan bagaimana makna-makna itu bertaut dan saling mengubah dengan artefak-artefak material. Dengan lain perkataan, walaupun kajian teknokultur dan kajian ANT sama-sama mengkaji relasi saling pengaruh antara teknologi dan manusia, tetapi teknokultur memberikan tempat yang sentral kepada makna (sebagai entitas kultural) dalam relasinya dengan artefak (sebagai entitas teknologis). Kalau pun praktik sosial dikaji, yang dilihat pada praktik itu adalah dimensi simboliknya. Sedangkan ANT menempatkan entitas sosial pada posisi sentral dalam kaitanya dengan entitas teknis. Tujuannya ialah menelusuri relasi-relasi yang terbentuk di antara kedua entitas itu (sehingga membentuk jejaring heterogen) dan menganalisis efek-efek kausal yang ditimbulkannya pada masyarakat.

Namun demikian, perbedaan pada sebagian dari fokus analisisnya tersebut tidak dapat menutupi fakta adanya kesamaan pada segi-segi lainnya. Selain kesamaan dalam konsep saling pengaruh antara teknologi dan manusia, kesamaan lain antara kajian teknokultur dan kajian ANT ialah pada kritik yang dilontarkannya terhadap teori-teori sosial dan budaya yang mengasumsikan keterpisahan antara teknologi dan manusia. Maka, sebagaimana premis-premis ANT telah mengkritik secara tajam terhadap sejumlah segi dalam teori-teori sosial (seperti pendefinisian ulang konsep “masyarakat” yang bukan sekadar terdiri dari entitas sosial, tapi juga entitas teknis), kajian teknokultur ini pun dapat menjadi kritisisme terhadap sejumlah segi dalam teori-teori budaya. Salah satu segi tipikal dalam studi-studi kebudayaan (baik itu kajian antropologi, kajian budaya [*cultural studies*], ataupun semiotika) ialah “melupakan” aspek material dari praktik kultural. Dalam kajian teknokultur ini, “kealpaan” itu dicoba diatasi dengan memberi tempat bagi teknologi untuk masuk dalam ranah kajian budaya. Dengan demikian, kajian teknokultur ini menolak paradigma positivisme bahwa sains dan teknologi itu adalah bebas nilai (*value free*). Sebaliknya, sains dan teknologi itu adalah entitas yang selalu sarat akan nilai-nilai (*value laden*), dan karena itu relevan bagi studi kebudayaan. Segi lain yang dapat dinisbahkan sebagai implikasi teoretik dari kajian ini ialah terbantahkannya klaim pemikiran determinisme teknologi maupun determinisme budaya karena terdapat fakta-fakta empiris bahwa relasi antara teknologi dan budaya tidak pernah berlangsung

dalam pola yang deterministik, melainkan saling memengaruhi dan mengubah (berwatak non-deterministik).[276]

Hal penting lain yang patut dikemukakan dalam implikasi teoretik ini ialah karakter interdisipliner dalam kajian teknokultur ini. Kerangka teoretik yang dikembangkan dalam kajian ini, bahwa entitas teknologi dan entitas budaya saling memengaruhi *melalui* medium praktik sosial sehari-hari, menegasan secara tersirat bahwa analisis teknokultur senantiasa berwatak interdisipliner. Secara eksplisit, karakter interdisipliner dalam kajian ini ditunjukkan oleh penggunaan pendekatan semiotika maupun "disiplin" kajian budaya (*cultural studies*). Semiotika, khususnya model semiotika Barthesian, dapat menjadi (salah satu) pendekatan untuk melakukan kajian teknokultur, terutama karena model teori semiotika konotasi yang dikembangkan oleh Barthes itu dapat menjelaskan "mekanisme" ihwal bagaimana benda-benda atau objek-objek artefaktual menjadi memiliki makna—bukan memerikan apa makna benda-benda.

Sedangkan pendekatan kajian budaya sangat bermanfaat pada tingkatan paradigmatik, yakni penolakannya terhadap klaim paradigma positivisme bahwa teknologi berwatak bebas nilai (*value free*). Kajian teknokultur ini menyetujui klaim paradigma interpretivisme, bahwa teknologi adalah entitas yang selalu sarat akan nilai-nilai (*value laden*). Klaim yang disebut terakhir ini memiliki relevansi yang kuat dengan kajian budaya, terutama berkat premis kunci dalam kajian ini bahwa budaya berwatak politis-ideologis. Wilayah budaya, menurut kajian budaya, merupakan tempat pergumulan ideologis yang utama; sebuah ranah "inkorporasi" (*incorporation*) dan "resistensi" (*resistance*). Dalam kajian teknokultur, premis kunci tersebut berlaku dalam premis bahwa setiap penggunaan objek-objek teknologis oleh masyarakat senantiasa mengandaikan adanya kontestasi makna (sebab itu berwatak politis), terutama berkenaan dengan perubahan desain serta fungsi objek-objek teknologis itu.

Semua argumen tersebut, baik yang berkenaan dengan kritisisme studi teknokultur terhadap teori-teori sosial dan budaya maupun corak interdisipliner studi ini, memiliki implikasi yang luas bagi studi kebudayaan pada umumnya. Kerangka konseptual maupun kerangka analitik (modus-modus teknokultur) yang diformulasikan dalam kajian ini dapat menjadi kritisisme terhadap sejumlah segi dalam teori-teori budaya yang kerap "melupakan" aspek material (objek teknis) dalam analisisnya. Kritisisme serupa juga berlaku bagi studi teknologi (*technology studies*) pada umumnya: bahwa budaya harus dipertimbangkan sebagai faktor yang (dapat) memengaruhi perkembangan teknologi. Dengan kata lain, seperti dikatakan oleh Lim (2008: 177), perkembangan teknologi juga merupakan suatu proses sosiokultural.

Kritik ini bukan berarti menganggap studi teknologi tidak mempertimbangkan budaya dalam analisisnya. Contoh penggunaan perspektif teori ANT untuk mengkaji fenomena teknokultur yang dilakukan oleh Seth Giddings (lihat "Saran untuk Penelitian Mendatang" di bawah) menunjukkan bahwa budaya adalah faktor yang dipertimbangkan dalam studi teknologi. Hanya saja, peran penting entitas budaya dalam analisis studi teknologi tampaknya jarang disebut secara eksplisit—tidak seperti halnya entitas sosial. Padahal, sebagaimana kajian ini telah tunjukkan, entitas budaya—sebagaimana entitas sosial—adalah faktor penting dalam studi teknologi dan sebab itu menjadi penting agar perannnya diperlihatkan dengann jelas. Kajian ini memandang bahwa studi teknologi akan dapat membawa hasil yang lebih baik bila peran kedua entitas itu diakui dan ditampilkan secara setara.

Selain berimplikasi secara teoretik, kerangka teknokultur yang ditawarkan buku ini juga berimplikasi praktikal. Modus-modus teknokultur (Bagian 4) menyediakan perangkat analitik bagi para peminat studi teknologi dan studi kebudayaan untuk melakukan analisis empirik terhadap berbagai fenomena teknokultur dalam kehidupan sehari-hari. Pada tataran kognitif, praktik analisis teknokultur itu sendiri dapat mendorong tumbuhnya—meminjam pendapat Sardar & Loon (2001: 102)—kesadaran akan adanya hubungan yang mendalam antara teknologi dan budaya dalam kehidupan sehari-hari. Analisis teknokultur relevan dan mungkin dilakukan terhadap semua artefak material yang digunakan oleh masyarakat.

Dalam konteks globalisasi dewasa ini, ketika berbagai komoditas yang diproduksi dituntut untuk semakin memiliki daya saing agar dapat eksis, produser komoditas dapat memanfaatkan pengetahuan mengenai modus-modus teknokultur yang dikembangkan dalam kajian ini sebagai salah satu basis bagi perancangan produk yang inovatif. Misalnya, modus teknokultur mengenai nostalgia dan retro (modus keempat) dapat menjadi petunjuk untuk melakukan inovasi produk yang bergaya ”baru tapi lama”. Demikian pula modus teknokultur mengenai heterogenitas dan hibriditas (modus pertama), dapat menjadi petunjuk untuk melakukan inovasi produk yang memadukan elemen lokal dengan global, elemen tradisional dengan modern. Modus heterogenitas dan hibriditas tersebut juga dapat dimanfaatkan oleh para perencana pembangunan dan pembuat kebijakan untuk memahami bahwa, dalam realitas sosial, globalitas dan modernitas tidak pernah dapat menggusur sepenuhnya atau memberikan ancaman kepunahan total terhadap berbagai makna kultural serta artefak material lokal suatu masyarakat. Apa yang terjadi dalam proses globalisasi dan modernisasi adalah tumbuhnya heterogenitas (penjajaran berbagai komoditas yang saling berbeda identitas—global/lokal, tradisional/modern, Timur/Barat) dan hibriditas atau percampuran.

Produser komoditas juga dapat menggunakan pemahaman mengenai modus-kedua teknokultur bahwa komoditas yang mereka produksi bisa memiliki makna dan fungsi yang berbeda ketika digunakan oleh konsumer. Hal ini memberi petunjuk bahwa komoditas adalah sesuatu yang dinamis, produk yang harus didesain ulang terus-menerus seiring dinamika pemaknaan atas komoditas itu oleh para penggunanya. Pada sisi sebaliknya, konsumer komoditas dapat mengembangkan kesadaran bahwa mereka adalah pihak yang penting untuk dipertimbangkan dalam setiap proses desain suatu produk atau komoditas. Konsumer adalah pihak yang juga memiliki ”peran aktif” dan ”posisi tawar” di balik kemunculan dan eksistensi suatu produk atau komoditas.

Ihwal ”konsumer aktif” tersebut, hal itu sejalan dengan pemikiran teoretikus kajian budaya John Fiske (1987 & 1989, dalam Barker, 2004: 48) yang mengembangkan asumsi dasar bahwa meskipun komoditas massa diproduksi oleh perusahaan kapitalis transnasional (dan dengan demikian, desain, fungsi, dan maknanya pun pada mulanya ditetapkan oleh produser), tetapi pada akhirnya maknanya selalu diproduksi (ulang), diubah, dan diatur pada level konsumsi oleh para pengguna yang merupakan produser aktif makna. Fiske, dalam sebagian besar karyanya, memang telah mendiskusikan aktivitas produksi makna secara kreatif yang dilakukan konsumer. Mereka, para konsumer, telah berperan menjadi *bricoleur* (perakit): menyeleksi dan menata elemen komoditas dan tanda-tanda yang penuh makna.

Dalam hal itu, Chamber dalam *Popular Culture: The Metropolitan Experience* [1986] dan Hebdige dalam *Hiding in the Light* [1988] (dalam Barker, 2004: 355) telah

lebih dulu mendiskusikan bagaimana komoditas membentuk basis bagi konstruksi identitas yang beragam. Mereka menekankan pada aktivitas konsumer yang berorientasi makna, yang bertindak sebagai *bricoleur* yang memilih dan menata unsur-unsur komoditas material dan tanda-tanda yang bermakna. Senada dengan argumen Fiske, Chamber, dan Hebdige tersebut, Paul Willis dalam *Common Culture* (1990, dalam Barker, 2004) berpendapat bahwa alih-alih inheren di dalam komoditas (sebagaimana yang dikonstruksikan oleh produser), makna dan nilai komoditas sesungguhnya dikonstruksikan melalui pemakaian sosial—dan selanjutnya proses ini bisa memengaruhi desain (artefak teknologis) komoditas. Khalayak menjelajahi arena komoditas yang, meskipun bukan ciptaan mereka sendiri, merupakan sesuatu yang di dalamnya mereka dapat secara aktif memproduksi logika dan makna.

Keterbatasan Buku Ini

Sebagai sebuah kajian teoretik, tentu saja buku ini memiliki keterbatasan dalam sejumlah hal. Pertama, tentu saja, soal perspektifnya yang cenderung makro (ini adalah karakter alamiah dari teori) serta kedangkalannya dalam hal validitas empirik (sebagaimana terlihat dalam contoh aplikasi modus-modus teknokultur yang dipaparkan pada Bagian 5). Oleh sebab itu, sebagai rekomendasi, penting sekali untuk dilakukan kajian-kajian yang mengangkat kasus empirik (dan dengan demikian perspektifnya pun menjadi mikro) yang memperlihatkan fenomena teknokultur. Contoh aplikasi itu pun terbatas hanya pada praktik (wisata) kuliner di Bandung. Penelitian mendatang perlu mengkaji teknokultur kuliner di tempat-tempat lain, baik berupa kasus tunggal (*case study*) maupun kajian komparatif multikasus (*collective case study*).

Dari segi topik kajian, contoh aplikasi itu juga terbatas hanya pada teknokultur kuliner. Topik-topik penelitian mendatang perlu diperluas ke berbagai topik lain karena modus-modus teknokultur yang diformulasikan dalam kajian ini diasumsikan dapat berlaku pada semua fenomena teknokultur. Topik-topik atau kasus-kasus yang relevan dengan kajian teknokultur dapat mencakup semua artefak material yang digunakan oleh masyarakat, misalnya alat transportasi, perlengkapan rumah tangga, *fashion*, kuliner, peralatan kantor, teknologi informasi dan komunikasi, teknologi kesehatan, teknologi pertanian, arsitektur dan desain, dan masih banyak lagi.

Sebagai kajian teoretik, memang bukan merupakan tujuan buku ini untuk melakukan studi empirik yang mendalam dengan, misalnya, mengangkat suatu kasus untuk kemudian diabstraksikan implikasi teoretiknya, atau sebuah studi etnografi yang menyajikan kekayaan detail yang kemudian diinterpretasikan. Contoh aplikasi tersebut disertakan sekadar untuk menunjukkan keberlakuan modus-modus teknokultur pada tataran empirik. Namun demikian, pemahaman atas praktik-praktik sosial memang tidak dapat bersandar hanya pada teori.

Konteks dari rekomendasi ini ialah bahwa walaupun kajian ini—yang merupakan kajian teoretik—dengan sangat eksplisit mengakui pentingnya teori bagi ilmu-ilmu sosial-humaniora, tetapi saya meyakini pandangan sebagaimana para antropolog, bahwa data yang bersifat induktif (atau data "*emic*" menurut terminologi antropologi) adalah esensial bagi rumpun keilmuan tersebut, yang berupaya mencapai pemahaman atas praktik-praktik sosial-kemasyarakatan. Seperti dikatakan antropolog Clifford Geertz (dalam Saifuddin, 2005), data yang diperoleh melalui *field research* atau data

etnografis adalah bahan utama dalam setiap upaya membangun pemahaman atas praktik-praktik sosial (walaupun data itu harus ditafsirkan oleh peneliti, dan itu sebabnya adanya kerangka teoretik menjadi penting, setidaknya sebagai panduan untuk membuat dugaan-dugaan sementara ketika orang melakukan penelitian lapangan). Dengan lain perkataan, diperlukan banyak riset empirik, mungkin itu berupa riset etnografi ataupun studi kasus, yang dapat mengakumulasi berbagai fenomena teknokultur (tidak sebatas praktik kuliner) di masyarakat agar premis-premis (modus-modus teknokultur) yang dihasilkan kajian ini dapat lebih teruji secara empirik.

Kedua, kerangka analitik modus-modus teknokultur (Bagian 4) maupun contoh aplikasinya (Bagian 5) mengabaikan kemungkinan relevansi faktor pasar (*market*) bagi kajian teknokultur. Pengertian "pasar" di sini lebih kepada definisi yang dikemukakan oleh Charles E. Lindbolm dalam *The Market System* (2001: 4), yakni "sistem pasar" (*market system*). Sistem pasar, menurut Lindbolm, ialah "… *a system of societywide coordination of human activities not by central command but by mutual interactions in the form of transactions [between sellers and buyers].*" Saya berpandangan bahwa dari sudut pandang teknokultur, pasar adalah faktor penting untuk menjelaskan setiap bentuk relasi antara teknologi dan budaya karena ia berada di antara produser dan konsumer. Sedangkan dari sudut pandang kajian ekonomika, pelibatan faktor pasar dalam kajian teknokultur berpotensi untuk memperkaya pemahaman mengenai dinamika pasar: bahwa pasar bukanlah entitas yang steril dari beroperasinya makna-makna kultural.

Sebagai gambaran, dapat dikemukakan di sini, misalnya, tentang modus kedua teknokultur, bahwa entitas kultural dapat memengaruhi desain suatu objek teknologis (yang dibuat oleh produser), terutama melalui proses penggunaannya oleh konsumer. Pengguna (sebagai konsumer) memproduksi makna atas komoditas/objek teknologis yang digunakannya. Modus ini, dalam istilah Nelly Oudshoorn dan Trevor Pinch (2004), disebut sebagai "*co-construction*", karena:

> *Technological development [is] a culturally contested zone where users, patient advocacy groups, consumer organizations, designers, producers, salespeople, policy makers, and intermediary groups create, negotiate, and give different and sometimes conflicting forms, meanings and uses to technologies*.

Modus kedua teknokultur, atau konsep "*co-construction*", tersebut menunjukkan bahwa fenomena teknokultur sesungguhnya tidak terlepas dari keterlibatan dan peran para produser dan konsumer (dalam pengertian ekonomi berarti antara penjual dan pembeli), dan selanjutnya menjadi jelas bahwa aktivitas yang melibatkan kedua pihak itu lazimnya terjadi dengan perantaraan sistem pasar. Maksudnya, ketika diteorikan bahwa entitas kultur (yang berada dalam diri konsumer sebagai pengguna objek teknologis) dapat memengaruhi desain objek tersebut (yang dibuat oleh produser), maka relasi produser-konsumer itu (harus diasumsikan) terjadi atau berlangsung *melalui* pasar. Dalam pandangan ini, dapat disimpulkan bahwa relasi saling pengaruh antara teknologi dan kultur terjadi dalam dua level operasi.

Pada level ekonomik, yang tampak permukaan, operasi itu terjadi terjadi melalui relasi produser-konsumer, antara penjual dan pembeli dalam bentuk transaksi. Selanjutnya, pada level kultural, yang tersembunyi di bawah "lapisan ekonomik", operasi terjadi melalui produksi makna atas komoditas/objek teknologis yang

digunakan oleh konsumer. Walaupun kedua operasi itu bekerja pada level yang berbeda, tetapi proses keduanya—mungkin dalam sebagian besar kasus—melibatkan peran pasar, baik itu hanya untuk sebagian ataupun keseluruhan prosesnya. Bila argumen ini diterima, maka menjadi jelas bahwa analisis terhadap faktor pasar adalah relevan bagi kajian teknokultur.

Contoh mengenai industri sepatu di Italia yang telah dikemukakan pada Bab 10, misalnya, saya kemukakan lagi di sini untuk membantu memahami mekanisme ”bekerja”-nya makna-makna budaya (level kultural) dalam transaksi di sistem pasar (level ekonomik). Industri tersebut menghasilkan produk-produk sepatu dengan desain berkualitas tinggi karena dipengaruhi oleh perilaku cerewet dan banyak kemauan dari para pelanggan lokalnya. Perempuan Italia mencoba lusinan pasang sepatu dan kemudian mengamati dengan saksama mutu kulit, hasil jahitan, bentuk dan ukuran hak sepatu, kenyamanan, mode, dan kualitas-kualitas lain (ini berarti *level budaya*) sebelum akhirnya mereka membelinya (ini berarti *level ekonomi*). Pabrik-pabrik sepatu yang dapat bertahan dan berhasil dalam “laboratorium” (*budaya*) lokal semacam ini dapat merasa yakin bahwa sepatu yang sukses (secara *ekonomi*) di Italia sepertinya akan sukses pula saat diekspor secara global.

Dengan pengertian seperti itu, kajian teknokultur menjadi mungkin untuk turut mempromosikan pemahaman non-reduksionis atas hubungan antara ekonomi dan budaya, khususnya dalam ranah industri budaya (*cultural industry*). Dalam hal ini, para teoretikus budaya dan kajian budaya sependapat dengan gagasan Raymond Williams dalam *Culture* (1981, dalam Barker, 2004) bahwa ekonomi menetapkan batas atas apa yang dapat dilakukan atau diekspresikan dalam kebudayaan, namun ekonomi tidak (dapat) menentukan makna praktik budaya.

> Kebanyakan pemikir kajian budaya menolak reduksionisme ekonomi karena terlalu simplistis ketika gagal memberi ciri khas mereka sendiri ke dalam praktik-praktik budaya. Meskipun analisis determinan ekonomi mungkin diperlukan bagi semua pemahaman kebudayaan, namun ia tidak, dan tidak mungkin memadai. Kita perlu menelaah fenomena budaya dalam hal aturan, logika, perkembangan, dan efektivitas mereka. Ini mengarah kepada dikehendakinya pendekatan multidimensional dan multiperspektif pada pemahaman kebudayaan yang berusaha menjelaskan keterkaitan antara dimensi politik, ekonomi, sosial, dan budaya tanpa mereduksi fenomena sosial menjadi apa pun (h. 53).

Jadi, seperti diungkapkan Barker (2004: 357), kendati ekonomi (dan politik) *dapat membentuk* bagian dari penelitian tentang kekuasaan industri budaya, namun kedua entitas itu *tidak dapat menentukan* signifikansi budaya ataupun menilai kekuasaan yang dimiliki khalayak konsumer sebagai produser makna.

Akhirnya, ketiga, buku ini (terutama dalam contoh-contoh ilustrasi modus-modus teknokultur pada Bagian 4 serta contoh aplikasinya pada Bagian 5), juga hanya menggunakan pendekatan waktu yang bersifat sinkronik, yakni penggambaran praktik sosial (melibatkan artefak material dan makna kultural) yang hanya memandang rangkaian kejadian pada masa kini (*present*) saat dilakukannya kajian. Di dalam pendekatan sinkronik (lihat Rudyansjah, 2009: 15), masa lampau biasanya dijelaskan hanya sebagai satu cermin dari masa kini; atau praktik sosial yang ada di masa kini dianggap sebagai “reproduksi” praktik sosial yang ada di masa lampau. Dalam pengertian ini, pendekatan sinkronik cenderung statis dalam melihat dan memperlakukan praktik-praktik sosial. Perspektif sinkronik lazim digunakan, antara lain, dalam disiplin antropologi yang dikenal dengan istilah “*ethnographic present*”.

Namun demikian, walaupun kajian ini bukan merupakan kajian empirik yang mendalam sebagaimana—misalnya—sebuah studi kasus atau riset etnografi, tetapi kerangka konseptual yang ditawarkannya kiranya memiliki kelayakan untuk dijadikan bahan diskusi akademis dalam upaya mengonstruksi pendekatan (*approcah*) yang mungkin digunakan untuk memahami relasi teknologi dengan budaya. Adapun kerangka analitik yang ditawarkan dalam buku ini, seperti telah disebut di awal bagian Kesimpulan ini, dapat berguna dalam upaya mengidentifikasi *pola-pola* (*berikut mekanismenya*) *dalam relasi saling pengaruh dan saling mengubah antara teknologi dan budaya*.

Pola-pola itu sendiri, seperti yang dipaparkan rumusannya pada Bagian 4, sesungguhnya tidak hanya dijustifikasi secara teoretik, tetapi juga dijustifikasi secara empirik oleh berbagai contoh ilustrasi yang disertakannya. Justifikasi empirik ini diperkuat melalui contoh aplikasi berupa analisis teknokultur kuliner di Bandung (Bagian 5). Analisis dan pembahasan terhadap contoh ini menunjukkan bahwa modus-modus teknokultur yang dirumuskan dalam Bagian 4 tersebut berlaku dan dapat digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai fenomena teknokultur kuliner di Bandung. Secara garis besar, hasil kajian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai relasi antara teknologi dan budaya.

Agenda bagi Kajian Teknokultur

Bertolak dari keterbatasan-keterbatasan buku ini sebagaimana yang dikemukakan di atas, berikut ini saya kemukakan sejumlah catatan sebagai saran bagi penelitian mendatang untuk perbaikan dan pengembangan kajian teknokultur ini—selain rekomendasi untuk dilakukannya kajian-kajian empirik teknokultur yang telah disebut di atas. Pertama, berkenaan dengan pendekatan teori, kajian teknokultur ini penting untuk didekati dengan perspektif lain, misalnya ANT. Perspektif teori ini memang tidak secara khusus membicarakan entitas kultur dalam hubungannya dengan teknologi (ANT membicarakan kultur dengan cara berbeda dari perspektif teori teknokulur, yakni lewat sosiokultur [entitas sosial]), tetapi ini bukan berarti bahwa ANT adalah perspektif teori yang sudah pasti tidak relevan dengan kajian teknokultur.

Contoh penggunaan perspektif teori ANT untuk mengkaji fenomena teknokultur pernah dilakukan oleh Seth Giddings dalam artikel "Playing With Non-Humans: Digital Games as Techno-Cultural Form" (2005). Dalam artikel yang mengangkat kasus permainan digital (*digital games*) sebagai objek kajian kultur maya (*cybercultural studies*) itu, Giddings menunjukkan keagenan objek teknis (teknologi) berupa perangkat lunak simulasi dan *artificial life* dalam membentuk kultur digital para pengguna (*player*) permainan digital. Dengan memanfaatkan perspektif teori ANT (terutama postulat bahwa praktik sosial bukan hanya dibentuk oleh perbuatan agen-agen manusia, tetapi juga oleh "perbuatan" objek-objek teknis), Giddings sampai kepada kesimpulan bahwa permainan digital itu sebenarnya terbentuk sebagai suatu proses aksi-reaksi, semacam sirkuit sibernetika, antara manusia dan mesin. Seraya menyitir pendapat Lister dkk. dalam *New Media: A Critical Introduction* (2003), Giddings menyatakan:

> *…if we look at the event of gameplay…we might rethink the human–nonhuman relationship as one … of a cybernetic circuit: a flow of information between organic and inorganic nodes, the initiation of which cannot be identified in either the player or the machine: "By*

> *definition, a circuit consists in a constancy of action and reaction. In gaming, for example, not only is there the photon-neurone-electron circuit [...] there are also macroscopically physical components of that circuit, such as the motions of finger, mouse or stick. [...] Through the tactile and visual interface with the machine, the entire body is determined to move by* being part of the circuit of the game*, being, as it were* in the loop*".*

Contoh dari Giddings tersebut menunjukkan bahwa ANT adalah perspektif teori yang relevan untuk mengkaji fenomena teknokultur, meskipun konsep kultur di sini lebih mendekati konsepsi yang dikemukakan oleh Raymonds Williams, yakni budaya sebagai praktik sosial sehari-hari, daripada konsepsi semiotis yang ditekankan dalam tesis ini, yakni kebudayaan sebagai dimensi maknawi dari praktik sosial.

Kedua, terkait dengan pendekatan waktu, perlu dilakukan kajian yang menggunakan pendekatan waktu diakronik dan interaktif. Pendekatan diakronik menggambarkan praktik sosial (melibatkan artefak material dan makna kultural) memandang rangkaian kejadian dengan fokus pada perubahannya sepanjang waktu. Dengan cara ini, historisitas atau kesejarahan suatu praktik sosial dapat ditelusuri. Perspektif diakronik, tentu saja, lazim digunakan dalam disiplin ilmu sejarah. Sedangkan pendekatan interaktif mengandung perspektif sinkronik maupun diakronik (lihat Saifuddin, 2005: 25), yang tidak menggambarkan praktik sosial hanya pada rangkaian kejadian pada masa kini, pun tidak fokus hanya pada perubahannya secara kronologis, tetapi keduanya. Para pendukung pendekatan ini, seperti dinyatakan oleh Rudyansjah (2009: 16), memandang pendekatan sinkronik dan diakronik memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing. Pendekatan sinkronik memang mempunyai kekuatan pada aspek *local and social depth*, tetapi kelemahannya ialah cenderung melihat praktik sosial dalam "*timeless present*". Sebaliknya, pendekatan diakronik memang memiliki kekuatan *historical depth*, tetapi cenderung lemah dalam aspek *local and social depth*. Pendekatan interaktif, atau dapat juga disebut sebagai pendekatan "antropologis-historis", dimaksudkan untuk menggabungkan kekuatan pendekatan sinkrik dan diakronik, sekaligus meminimumkan kelemahan masing-masing.

Ketiga, sebagaimana telah disinggung, adalah penting untuk mengkaji fenomena teknokultur dengan mempertimbangkan faktor pasar. Dari sudut pandang kajian teknokultur, pasar berada di antara produser dan konsumer (dua pihak ini secara konsisten disebut dalam modus-modus teknokultur yang dikembanghkan dalam kajian ini). Sedangkan dari sudut pandang kajian ekonomika, mengikutsertakan faktor pasar dalam analisis teknokultur berpotensi untuk memperkaya pemahaman mengenai dinamika pasar: bahwa pasar bukanlah entitas yang steril dari beroperasinya makna-makna kultural.[]

Catatan

[1] Salah satu kritik paling mutakhir terhadap paradigma konstruktivisme sosial ini dilontarkan oleh Schroeder (2007). Schroeder mengutip pendapat David Hess [*Science Studies: An Advance Introduction*, 1997] yang menyatakan bahwa konstruktivisme sosial adalah "*studies that treat the social world as an exogenous, independent variable that shapes or causes some aspect of the content of science and technology.*" (h. 4). Pandangan konstruktivisme sosial ini secara historis muncul sebagai reaksi terhadap paradigma determinisme teknologi (*technological determinism*) yang secara spekulatif berpandangan bahwa sains dan teknologi adalah aktor utama bagi terjadinya perubahan dalam masyarakat. Sebagai catatan, terminologi "konstruktivisme sosial" ini harus digunakan secara hati-hati agar tidak tertukar dengan terminologi "*constructivist*" sebagaimana yang digunakan oleh Bijker (2001) yang berpandangan bahwa, "*social shaping of technology and technical building of society are two sides of the same coin*."

[2] Di Indonesia, bias pemikiran determinisme teknologi tampak, misalnya, dalam prosedur AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) yang dikonsep oleh para perencana pembangunan pada masa pemerintahan Presiden Soeharto. Diasumsikan di sini bahwa setiap pembangunan fisik, penerapan teknologi, dan inovasi yang dilakukan dalam ilmu pengetahuan cepat atau lambat akan membawa implikasi di bidang nilai, entah nilai moral, agama, atau politik. Lihat Kleden (1987: xvii).

[3] Artefak (a*rtefact* atau *artifact*) dapat diartikan sebagai "*human-made*"; segala sesuatu yang keberadaanya mempersyaratkan adanya kehendak, pengetahuan, dan aktivitas manusia. Misalnya, batu bata merupakan artefak. Tetapi batu di gunung bukan artefak, melainkan benda *natural* (alamiah) (lihat Yuliar, 2008: catatan kaki hlm. 29). Dalam disiplin arkeologi, artefak didefinisikan sebagai "*a discrete and portable object whose characteristics result wholly or in part from human activity*" atau "*any portbale object used, modified, or made by humans*" (lihat Sharer & Ashmore, 1993: 114, 608; dan Renfrew & Bahn, 1996: 539). *The American Heritage Dictionary of the English Language* mendefinisikan artefak sebagai: "*an object produced or shaped by human craft, especially a tool, a weapon, or an ornament of archaeological or historical interest*". Shenhar dkk. (2004) mendefinisikan artefak sebagai, *"… any object made by humans. The focus is on the word "object", a physical creation. It is something tangible, which can be transferred and handed from one person to the other*". Disiplin ilmu arkeologi sering membedakan artefak ke dalam tiga jenis: teknofak (*technofact*), sosiofak (*sociofact*), dan ideofak (*ideofact*). Kipfer, dalam *Encyclopedic Dictionary of Archaeology* (2000), mendefinisikan teknofak sebagai "*an artifact that was used for a practical function, such as providing food, shelter, or defense, rather than connected to social or ideological activity*" (h. 555); sosiofak didefinisikan sebagai "*an object whose primary function is to express or establish social rank, rather than to serve practical or ideological need*" (h. 522); sedangkan ideofak didefinisikan sebagai "*any object whose function is to express or symbolize the beliefs of a people rather than to serve practical or social needs*" (h. 249).

[4] Istilah ekonomisme berasal dari Marshal Sahlins, antropolog ekonomi yang berorientasi Marxis, yang memandang bahwa kekuatan-kekuatan yang dinamik dalam kelakuan individu (yang berarti juga dalam masyarakat) adalah pendorong dasar bagi upaya pemenuhan kebutuhan untuk mencari keuntungan dalam konteks kemungkinan materi dan kendala-kendala normatif. Lihat Saifuddin (2005: 317).

[5] "*Technology, defined anthropologically, is not material culture but rather a total social phenomenon… that marries the material, the social and the symbolic in a complex web of associations*" (Pfafenberger, 1998: 249).

[6] Selain teknologi, enam unsur lain dalam kebudayaan menurut pengertian Koentjaraningrat ialah bahasa, sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem mata pencaharian hidup, sistem religi, dan kesenian. Lihat Koentjaraningrat (1990: 204).

[7] Budaya massa (*mass culture*) adalah kategori kebudayaan yang diciptakan untuk massa yang luas, sehingga oleh Theodor Adorno dalam *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture* [1991] cenderung dilihat sebagai kebudayaan yang menghasilkan selera massal atau rendah (Pilliang, 2003: 15). Menurut Storey (2004), budaya massa juga dapat diartikan sebagai "budaya pop" (*popular culture*). Walaupun kajian budaya tidak bisa (dan seharusnya tidak) direduksi menjadi sekedar kajian budaya pop/budaya massa, tetapi, sebagaimana argumen Storey (1996: 2), tidak dapat disangkal bahwa kajian

budaya pop/budaya massa bersifat sentral bagi kajian budaya. Ini merupakan konsekuensi logis dari postulat “budaya’ sebagai ‘praktik hidup sehari-hari”.

[8] Para pendiri kajian budaya merumuskan fokus studi mereka pada bagaimana budaya dipraktikkan dan bagaimana budaya diciptakan—atau bagaimana praktik budaya memungkinkan berbagai kelompok dan kelas berjuang demi meraih dominasi kebudayaan. Bagi teoretikus budaya Raymond Williams, yang juga salah seorang pendiri kajian budaya, pengertian budaya sebagai praktik berarti melihat budaya sebagai ekspresi spesifik dari komunitas organik yang koheren dan melawan determinisme dalam berbagai bentuknya (Sardar & Loon, 2001: 26, 29). Frasa “melawan determinisme” ini menunjukkan bahwa budaya massa adalah kategori politis, merupakan arena kekuasaan dan perjuangan untuk mencapai makna (Barker, 2004: 402).

[9] Tongkat orang buta bisa dijadikan sebagai contoh untuk menjelaskan kecenderungan ini. Ketika orang buta menggunakan tongkat itu untuk berjalan, ia cenderung untuk tidak menyadari keberadaan tongkatnya. Ia hanya menyadari jalan yang ia tempuh atau objek yang disentuh oleh tongkatnya. Alat menjadi transparan ketika kegunaannya dapat diandalkan. Dalam keterandalannya ini, alat “menghilang”, memberi tempat dan prioritas kepada tugas yang hendak dilakukan. Alat itu baru disadari keberadaannya ketika terjadi kerusakan yang membuatnya menjadi tidak berguna. Ini adalah suatu paradoks: alat menjadi jelas kelihatan justru ketika ia rusak atau hilang. Kacamata dan telepon adalah contoh lain yang menunjukkan kecenderungan serupa itu. Contoh tersebut menegaskan sebab-musabab mengapa studi sosial budaya cenderung alpa memasukkan peran artefak keseharian sebagai variabel analisis. Lihat Lim (2008: 65).

[10] Toeri-teori yang berkembang dalam studi STS, selain ANT, antara lain adalah *Social Construction of Technology* (SCoT) dan *Sociology of Scientific Knowledge* (SSK). Tetapi, tidak seperti ANT yang berhasil sepenuhnya lepas dari bias pemikiran yang deterministik, SCoT dan SSK masih sangat dipengaruhi oleh paradigma konstruktivisme sosial yang justru dikritik tajam oleh para penggagas ANT karena dinilai masih bias pemikiran determinisme sosial. Lihat Schroeder (2007: 3-4).

[11]Pembahasan mendalam tentang tata kelola teknologi ini, serta pemaparan kerangka teoretik mengenai hubungan antara teknologi dan masyarakat, dapat dilihat dalam Yuliar (2008).

[12] Perspektif sosiologis berbeda dari perspektif kultural (budaya) karena sistem sosial juga dibedakan dari sistem budaya. Sistem sosial menyangkut hubungan antarwarga dan antarkelompok sosial dalam suatu masyarakat yang membentuk suatu jaringan dengan sifat yang khas. Sistem budaya merupakan sistem pemikiran dan nilai-nilai yang memayungi suatu masyarakat tertentu yang juga bersifat khas. Lihat Hoed (2008: 102); lihat juga dalam Masinambow (2004: 39).

[13] Satu contoh penggunaan ANT untuk mengkaji relasi antara teknologi dan budaya adalah artikel Seth Giddings (2005) yang bertajuk “*Playing With Non-Humans: Digital Games as Techno-Cultural Form*”.

[14] Pernyataan bahwa terjadi “efek saling mengubah” dalam relasi antara teknologi dan budaya dapat menjadi diskusi yang sangat fundamental bagi para pengkaji studi sosiologi teknologi yang berperspektif ANT. Dalam perspsektif tersebut, sebagaimana yang dikemukakan oleh Yuliar (2008: 93-94), “perubahan” (sebagai hasil dari suatu aksi atau tindakan “membuat jadi”) dikonseptualisasikan hanya dapat terjadi dalam *inter-relasi*—bukan *interaksi*. Dalam konseptualisasi seperti ini, gagasan tentang interaksi, atau aksi timbal-balik, dianggap tidak bermakna. Hal ini karena aksi selalu berwatak relasional, yang mendapatkan wujudnya (yakni “perubahan”) *setelah*, bukan *sebelum*, relasi-relasi terjalin. Yuliar menyatakan:

> Aksi tidak bisa menjadi *titik awal* dalam suatu analisis. Aksi hanya bisa disimpulkan *di akhir* analisis, setelah melalui telaah atas berbagai translasi antara aktor-aktor yang heterogen wujudnya. Kompetensi-kompetensi yang diraih para aktor ini, dan sumbangan-sumbangan yang diberikan dalam aksi kolektif, terjadi melalui berbagai penjajakan. Ketika berbagai penyesuaian, penjajakan, dan translasi ini mencapai ke suatu tahap yang stabil, ... barulah dapat ditarik kesimpulan tentang aksi (h. 93).

[15] Nurhadi Magetsari (2003: 147), yang mendasarkan uraiannya atas buku Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication* [1995], mendefinisikan teori sebagai semua representasi konseptual atau penjelasan atas sebuah fenomena. Dengan kata lain, teori ialah semua usaha yang dilakukan orang untuk menerangkan atau merepresentasikan suatu pengalaman, sebuah gagasan atau ide tentang bagaimana sebuah peristiwa terjadi. Karena teori merupakan abstraksi yang dibangun oleh manusia,

maka teori dapat senantiasa berubah dari waktu ke waktu sejajar dengan kemampuan manusia dalam mengabstraksikan observasinya terhadap hal-hal yang baru dan melalui perspektif yang baru pula.

Melalui teori, demikian Magetsari memaparkan signifikansi teori (*ibid*.: 147-148), orang menjadi mampu untuk mengenali pola-pola peristiwa yang terjadi di sekelilingnya, dan dengan demikian memungkinkan orang itu untuk mengetahui apa yang dapat diharapkan setelah sesuatu peristiwa terjadi. Teori juga dapat membantu orang untuk mengenali aspek-aspek yang penting dalam kehidupannya sehari-hari, dalam memilih mana yang penting dan mana yang tidak, serta memperkirakan apa yang akan terjadi selanjutnya. Jadi, sebuah studi tentang teori akan dapat menghasilkan alat untuk dapat melihat hal-hal baru. Penerapan suatu teori dapat membantu ilmuwan untuk melihat hal-hal yang tidak mereka lihat sebelumnya. Ilmuwan yang melakukan pengamatan dengan paradigma tertentu adalah mereka yang tidak hanya melihat dan melaporkan sebagaimana halnya dengan pengamatan biasa, melainkan yang melihat pada objek yang spesifik yang tidak terlihat oleh para ilmuwan sebelumnya.

Teori juga mencerminkan berbagai cara yang dilakukan oleh ilmuwan dalam melihat lingkungannya, sehingga dapat dikatakan bahwa teori juga merupakan realitas itu sendiri. Jadi, teori sesungguhnya merupakan sudut untuk melihat, berpikir, mengorganisasikan dan sekaligus mencerminkan realitas. Sebagai contoh adalah cara melihat dan mempersepsi hakikat sebuah amuba. Di bawah mikroskop, amuba itu dapat dikategorikan sebagai binatang satu sel karena memiliki *nucleus* yang dibungkus kulit. Tetapi, di sisi lain, amuba juga dapat digolongkan ke dalam binatang tanpa sel apabila amuba itu dipandang sebagai seekor binatang yang utuh. Dari contoh ini dapat dilihat bagaimana realitas yang sama dapat terlihat berbeda satu dengan lainnya, tergantung dengan teori mana realitas itu diamati. Sementara itu, hasil pengamatan itu sendiri akhirnya juga menjadi realitas tersendiri (*ibid*.: 149).

[16] Dalam hal ini, Eco (2009: 42) berpandangan bahwa riset teoretik adalah suatu bentuk praktik sosial. Eco berargumen bahwa setiap orang yang ingin mengetahui sesuatu pastilah ingin mengetahuinya karena ingin melakukan sesuatu.

[17] Saya menggunakan istilah “contoh aplikasi”, dan bukan “studi kasus”, dengan alasan bahwa kajian ini pada dasarnya adalah sebuah kajian teoretik yang titik tekannya adalah pada upaya memformulasikan premis-premis atau proposisi-proposisi. Struktur pembahasan kajian ini dimulai dari pemetaan teoretik mengenai isu yang dikaji, identifikasi problemnya, pemaparan kerangka konseptual (*conceptual framework*) yang dilanjutkan dengan formulasi kerangka analitik (*analytical framework*) yang diusulkan, dan diakhiri dengan penerapan kerangka tersebut ke dalam realitas empirik (contoh aplikasi). Dalam proses ini, pemikiran lebih banyak bergerak menurut alur penalaran deduktif. Hal ini berbeda dengan struktur pembahasan studi kasus yang bermula dari pengumpulan data, pendeskripsian kasus, pengembangan isu-isu (analisis), dan diakhiri dengan penafsiran (*interprtation*) dengan cara meletakkan kasus dalam konteks permasalahan yang lebih luas. Dari penafsiran ini diperoleh *lessons learned* yang muncul dari kasus sehingga dapat dibuat rekomendasi bagi penanganan problem (lebih jauh tentang studi kasus, lihat Creswell, 1998). Proses ini berjalan menurut alur penalaran induktif. Meskipun kedua jalur metodologis tersebut tampak saling berlawanan arah, dalam praktiknya keduanya justru saling mendukung membentuk proses siklus pengembangan ilmu pengetahuan. Seperti dikatakan Grabber (1992: 583), “*Science is ongoing reciprocal interaction: data suggest theories, which suggest gathering more data, which suggest revised theories, ad infinitum*”.

[18] Sebagai contoh adalah kajian yang menggunakan ANT. Perspektif teori yang sering dikaitkan dengan disiplin sosiologi teknologi ini berfokus mempelajari dan memahami karakteristik jejaring dalam heterogenitasnya (yakni jaringan yang dibentuk aktor-aktor sosial dan objek-objek teknologis), dan mempelajari bagaimana relasi-relasi yang terpolakan dalam jaringan menghasilkan efek-efek seperti organisasi, kuasa, birokrasi, fungsi teknologi, dan lain-lain. Jadi, struktur sosial hadir sebagai efek relasional, yang secara rekursif mereproduksi dirinya sendiri (Yuliar, 2009).

[19] Istilah mesin berasal dari bahasa Latin “*machina*” yang berarti “instrumen untuk mengangkat beban-beban berat”; sebagai kata kerja (*verb*), ia berati “membuat dengan seni, mengonstruksi dan menyusun dengan keterampilan”. Lihat Yuliar (2009: 24-25).

[20] Pembahasan mengenai konsep teknologi ini dapat dilihat dalam Yuliar (2009) yang merujuk pada pemikiran Carl Mitcam dalam *Thinking through Technology: The Path between Engineering and Philosophy* (1994).

[21] Pemberlakuan prinsip simetri pada entitas teknologi dan entitas kebudayaan ini diilhami oleh prinsip serupa yang diperlakukan terhadap entitas manusia dan entitas nonmanusia dalam teori jaringan-aktor (ANT). Pembahasan mendalam mengenai prinsip simetri dalam ANT tersebut dapat dilihat dalam Yuliar (2009).

[22] Barbara Ann Kipfer dalam *Encyclopedic Dictionary of Archaeology* (2000: 338) mendefinisikan "*material culture*" sebagai "*the artefact and ecofact used by a group to cope with the physical and social environment. Material culture includes the buildings, tools, and other artifacts that constitute the material remains of a former society—its technology and artifacts combined. Material culture thus embraces folk architecture, folk arts, and folk crafts*". Meskipun terminologi ini lazim digunakan dalam studi arkeologi, tetapi ia juga digunakan dalam disiplin ilmu lain seperti antropologi sosial, studi museum, desain, konservasi tekstil, sosiologi, kajian budaya, dan semiotika. Itu sebabnya, antropolog Daniel Miller dalam kata pengantarnya untuk buku *Clothing as Material Culture* (2005) menyatakan bahwa *material culture* adalah objek—atau bahkan bidang—kajian yang bersifat interdisipliner yang tidak hanya mengkaji peninggalan material dari masyarakat yang sudah punah, tetapi juga masyarakat yang masih eksis (*living culture*/*living society*), bahkan mengkaji isu-isu materialitas (seperti busana, tempat tinggal, media massa, mobil) dalam hubungannya dengan terbentuknya relasi-relasi sosial pada masyarakat kontemporer. Publikasi *Journal of Material Culture* yang diterbitkan oleh Departemen Antropologi University College London, Inggris, menunjukkan hal ini. Buku Miller sendiri, yang mendapat apresiasi yang luas, *Material Culture and Mass Consumption* (1987), menunjukkan lebih jauh bagaimana studi tentang kebudayaan material yang dilakukannya relevan bagi kajian-kajian lain yang berfokus pada praktik-praktik sosial masyarakat kontemporer (seperti studi tentang konsumerisme dan gaya hidup) semisal kajian budaya. Kini, bidang kajian ini terus berkembang, yang ditandai dengan terbitnya sejumlah buku, misalnya yang ditulis oleh Thomas J. Schlereth, *Material Culture: A Research Guide* (1985); Barry Reynolds, *Material Culture: A system of Communication* (1984); Victor Buchli, *Material Culture Reader* (2002) dan *Material Culture: Critical Concepts in the Social Sciences* (2004); dan buku-buku Miller lainnya, seperti *Material Culture* (1998), *Car Cultures* (2001), *Home Possessions: Material Cultures Behind Closed Doors* (2001), *The Internet: An Ethnographic Approach* (2001). *Materiality* (2005), *The Cell Phone: An Anthropology of Communication*. (2006), dan *The Comfort of Things* (2007).

[23] Sudah ada beberapa pembahasan menyangkut apakah disiplin ini sebaiknya disebut semiotika (*semiotics*) atau semiologi (*semiology*). "Semiologi" mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Saussure; "semiotika" mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Peirce. Dalam penelitian ini, saya menggunakan istilah "semiotika" semata karena mengikuti penyebutan baku menurut Asosiasi Studi Semiotika Internasional. Lihat hal ini dalam Eco (2009: 43).

[24] Secara ringkas, sekadar untuk introduksi, dapat dikemukakan di sini bahwa semiotika adalah studi tentang tanda (*sign*). Konsep tanda dalam semiotika memiliki tiga karakteristik dasar: ia memiliki bentuk yang konkret, ia merujuk pada sesuatu yang bukan dirinya sendiri, dan ia dapat dikenali kebanyakan orang sebagai tanda. Bentuk fisik tanda disebut sebagai penanda (*signifier*). Sedangkan yang dirujuk oleh tanda, asosiasi mentalnya, disebut sebagai petanda (*signified*) (Sardar, 2001: 10-12). Paparan lebih mendalam mengenai semiotika ini, dan bagaimana ia berguna bagi kajian teknokultur, disajikan pada Bab 8.

[25] Roland Barthes, lahir di Normandia, Prancis, pada 12 November 1915, adalah filsuf, kritikus sastra, dan semiotikawan Prancis yang paling eksplisit mempraktikkan semiotika Saussurean, bahkan mengembangkan semiotika itu menjadi metode untuk menganalisis kebudayaan. Ia mempelajari sastra Prancis dan ilmu-ilmu klasik di Universitas Paris (Sorbonne). Setelah menderita penyakit TBC yang cukup panjang, yang membuatnya harus berulang kali dirawat di senatorium selama periode studinya, ia kemudian mengajar bahasa Prancis di Rumania dan Mesir sebelum akhirnya bergabung dengan Centre National de la Recherche Scientifique, dan mencurahkan hidupnya untuk penelitian di bidang sosiologi dan leksikologi. Ia pernah menjadi ditrektur d'Etudes di seksi IV Ecole Pratique des Hautes Etudes tempat ia mengajar mata kuliah sosiologi tanda, simbol, dan representasi kolektif. Pada 1970-an, teori-teori Barthes telah mencapai pengaruh yang sangat mengesankan tidak hanya di Prancis, tetapi juga hampir seluruh Eropa dan di Amerika Serikat. Barthes kemudian kian berpengaruh dalam lingkaran kajian budaya. Barthes membawa semiotika mencapai status yang mengesankan dalam kajian budaya

mutakhir. Ia meninggal dunia pada 25 Maret 1980. Selama hidupnya, Barthes menerbitkan tidak kurang dari 20 buku, baik dalam bahasa Prancis maupun terjemahan Inggris-nya, antara lain *Writing Degree Zero* (1968), *Element of Semiology* (1968), *S/Z* (1970), *Empire of Signs* (1970), *Camera Lucida: Reflections on Photography* (1981), *The Eiffel Tower, and Other Mythologies* (1979). Tetapi, barangkali dalam *The Fashion System* (1967) dan *Mythologies* (1972) ia menunjukkan upayanya yang paling jelas dalam pengembangan semiologi. Dalam *The Fashion System* ia mengkaji *fashion* sebagai sebuah sistem tanda seperti model linguistik Saussure. *Mythologies* merupakan kumpulan esainya mengenai berbagai aspek kebudayaan Prancis, dari balap sepeda Tour de France, tarian telanjang, mainan anak-anak, gulat (*wrestling*), dan sebagainya. Lihat Ibrahim (2007: lx-lxi).

[26] Kritik budaya yang dikemukakan Barthes melalui pendekatan semiotika ini menggunakan konsep "konotasi" (Hoed, 2008: 13). Konsep ini diaplikasikannya pada berbagai praktik dan artefak budaya pop masyarakat Prancis saat itu (1950-an). Hasilnya adalah sekumpulan esei yang terhimpun dalam buku berjudul *Mythologies* [1957, edisi Prancis]. Konsep konotasi ini digunakan oleh Barthes untuk menjelaskan bagaimana gejala budaya—yang dilihat sebagai tanda—memperoleh makna khusus (baca: konotasi) dari anggota masyarakat. Semiotika konotasi yang dikembangkan oleh Barthes ini menyediakan peralatan bagi kritik yang efektif terhadap budaya masyarakat kontemporer. Kritik buday tersebut, menurut Barthes (*ibid.*: 17), sangat penting karena dalam sebuah kebudayaan selalu terjadi "penyalahgunaan ideologi" yang mendominasi pikiran anggota masyarakat. Semiotika dapat menjadi alat konseptual dan analitik untuk membebaskan masyarakatnya dari "penyalahgunaan ideologi" itu dan memahami mengapa berbagai pemaknaan dalam masyarakat yang seolah-olah sudah berterima (*taken for granted*) dan tampak alami itu—padahal sesungguhnya ia merupakan produk konstruksi budaya—bisa terjadi. Itu sebabnya, kajian teknokultur ini juga dimungkinkan memiliki kemampuan untuk melakukan kritik budaya yang efektif terhadap masyarakat kontemporer yang seluruh aktivitasnya sudah termediasikan oleh teknologi.

[27] Menyitir pemikiran Jurgen Habermas, Hardiman (2003: 26-33) menyatakan bahwa bagaimanapun juga ilmu-ilmu sosial-kemanusiaan mengkaji wilayah sosial yang manusiawi, suatu wilayah yang dihayati. Di sini terdapat berbagai macam bentuk objek simbolis yang dihasilkan lewat percakapan dan tindakan, mulai dari ungkapan-ungkapan langsung, seperti pikiran, perasaan, dan keinginan; melalui endapan-endapannya seperti dalam teks-teks kuno, mitologi-mitologi, tradisi-tradisi, karya-karya seni, artefak-artefak, teknik-teknik, dan seterusnya; sampai pada susunan-susunan yang dihasilkan secara langsung yang sifatnya stabil seperti pranata-pranata sosial, struktur kepribadian, sistem sosial. Wilayah ini memerlukan pendekatan yang secara spesifik berbeda dari ilmu-ilmu alam. Dunia-kehidupan sosial yang memuat objek-objek dan struktur-struktur simbolis tidak dapat dimasuki dengan distansi penuh atau menghadapinya sebagai objek manipulasi belaka.

Bagi ilmu-ilmu sosial-kemanusiaan, baik objek penelitian—jaringan bahasa, simbol, dan institusi yang menunjukkan signifikasi—maupun alat yang digunakan untuk melaksanakan penelitian, tak dapat tidak memiliki bersama konteks pervasif yang sama, yakni dunia manusia—suatu wilayah yang sarat makna.Lebih lanjut, meskipun kuantifikasi data-objektif, fakta-fakta, statistik, "pengeringan" analisis pada fungsi-fungsi dan struktur-struktur, mekanisme-mekanisme, dan prediksi-prediksi bersyarat yang biasa dilakukan dalam penelitian kuantitatif pada taraf tertentu bisa bermanfaat, tetapi generalisasinya sebagai teori sosial positivistis persis menunjukkan kepentingan teknis khas ilmu-ilmu alam, yakni kepentingan teknis untuk mengontrol proses-proses alamiah. Pada titik ini, ketika ilmu-ilmu sosial didekati secara positivistis, ia kehilangan daya refleksifnya. Padahal, jelas bahwa untuk wilayah sosial dibutuhkan sebuah metode yang mampu menangkap keunikan, perubahan, kedalaman, penghayatan, proses-proses subjektif, makna. Habermas menunjuk kepada metode hermeneutik. Di sinilah gagasan Habermas bertemu dengan pemikiran Paul Ricoeur mengenai hermeneutika ilmu sosial.

[28] Secara garis besar, premis-premis teknokultur itu adalah: (modus pertama) heterogenitas, homogenitas, dan hibriditas sebagai efek dari relasi antara teknologi dan budaya, khususnya yang berlangsung dalam masyarakat kapitalis-industrial yang memunculkan fenomena globalisasi; (modus kedua) saling pengaruh antara teknologi dan kultur, yakni entitas kultural dapat mempengaruhi desain teknologi—khususnya melalui proses penggunaanya oleh masyarakat, dan sebaliknya, teknologi berpengaruh terhadap tatanan sosiokultur; (modus ketiga) perubahan fungsi teknologi karena penggunaannya pada budaya lain, dan sebaliknya, penggunaan teknologi pada budaya lain dapat mengubah budaya setempat menjadi lebih serupa dengan budaya asal teknologi itu; dan (modus

keempat) teknologi yang disebarluaskan secara global ke berbagai tempat dapat memicu reaksi yang berlawanan dalam bentuk munculnya kembali tradisi lokal dan "kembali ke masa lalu" (*pastiche* atau "nostalgia"). Paparan lengkap premis-premis tersebut beserta contohnya ada di Bagian 4.

[29] Pemikiran Don Ihde, profesor filsafat teknologi dari State University of New York di Stony Brook, Amerika Serikat, mengenai teknologi dan dunia kehidupan ini dapat dibaca dalam bukunya, *Technology and the Lifeworld: From Garden to Earth* (1990). Menurut Ihde (dalam Lim, 2008: 3), teknologi sebagai mediator antara manusia dan dunianya mengubah pengalaman manusia mengenai dunia. Budaya pun dapat turut berubah karena penerapan teknologi. Tesis yang dikemukakannya adalah bahwa alat teknologis yang digunakan manusia mengubah pengalaman dan persepsi manusia akan dunia kehidupan. Pemikiran Ihde ini berhutang gagasan kepada Martin Heidegger, perintis filsafat teknologi, tentang alat.

[30] Artefak (*artefact*) dapat diartikan sebagai "*human-made*", segala sesuatu yang keberadaanya mempersyaratkan adanya kehendak, pengetahuan, dan aktivitas manusia. Misalnya, batu bata merupakan artefak. Tetapi batu di gunung bukan artefak, melainkan benda *natural* (alamiah). Dalam disiplin arkeologi, artefak didefinisikan sebagai "*a discrete and portable object whose characteristics result wholly or in part from human activity*" atau "*any portbale object used, modified, or made by humans*". Lihat Yuliar (2008: catatan kaki hlm. 29); Sharer & Ashmore (1993: 114, 608); dan Renfrew & Bahn (1996: 539). Penjelasan lebih lengkap mengenai konsep artefak ada di catatan Bab 1

[31] Objek teknologis yang berperan besar dalam industrialisasi modern adalah mesin. Secara kategoris, mesin dapat dikelompokkan ke dalam (1) mesin sederhana seperti lengan mekanik, roda, katrol, gir, sekrup, bidang miring, dan kombinasi dari benda-benda ini; (2) mesin sederhana berskala besar yang memerlukan sekelompok manusia untuk mengoperasikannya seperti mesin giling; (3) mesin atau aparatus yang tidak membutuhkan energi manusia untuk mengoperasikannya, meskipun masih membutuhkan arahan dan pantauan oleh manusia seperti bor listrik, dan motor bakar, pompa hidrolik, dan lain-lain; dan (4) mesin otomatik (*self-reliant tool*, *cybernetic machine*) yang, selain tidak membutuhkan energi manusia, juga dapat mengatur dirinya sendiri sampai batas tertentu. Lihat Yuliar (2009: 24-25).

[32] Sebagai contoh, untuk memenuhi kebutuhan otomasi pabrik seorang manajer memutuskan untuk memasang teknologi informasi tertentu. Ia kemudian meminta seorang konsultan untuk membuat rancangan, melakukan instalasi dan pengujian. Pada saat pengujian, manajer tadi menguji-coba teknologi yang terpasang. Ia mulai mengenal karakteristik fisis/teknis dari teknologi tersebut. Di sini, suatu keinginan yang baru dapat berkembang, atau keinginan yang lama dapat berubah. Jika ini terjadi, ia akan mengajukan permintaan baru pada konsultan tersebut, atau menilai bahwa rancangan yang dipasang tidak memenuhi keinginannya. Dinamika demikian membuat proses perancangan, instalasi, dan pengujian suatu artefak teknologis menjadi kompleks. Berbagai bentuk kontrak dan *witnessing* diperlukan untuk menghindari persengketaan. Lihat Yuliar (2008: 27).

[33] Argumen tentang materialitas teknologi ini berseberangan dengan pandangan yang menyatakan bahwa elemen esensial dalam teknologi adalah pengetahuan ilmiah (*scientific knowledge*). Salah satunya adalah pandangan yang dikemukakan oleh Saswinadi Sasmojo (2004: 24-25). Sasmojo mendefinisikan teknologi sebagai: "*a sub-set of the information set on [human] scientific knowledge that provides prescriptive information on (a) the creation of systems and (b) the operation of those systems*". Selanjutnya, Samojo menyatakan bahwa sistem yang tercipta dari informasi preskriptif—sesuatu yang kasat mata atau bersifat material—itu bukanlah teknologi, melainkan apa yang disebutnya sebagai "fenomena teknologis" (*technological phenomena*). Jadi, menurut Sasmojo, teknologi adalah pengetahuan ilmiah yang berisikan informasi preskriptif mengenai penciptaan sistem-sistem dan pengoperasian sistem-sistem ciptaan tersebut. Pandangan Samojo ini tidaklah eksklusif. Pandangan yang lebih kurang serupa dikemukakan oleh Roussel dkk. (1991, dalam Shenhar dkk., 2004: 4) yang mendefinisikan teknologi sebagai, "*the application of scientific and engineering knowledge to achieve practical results*". Sementara Betz, dalam *Strategic Technology Management* (1993, *ibid.*), memberikan pengertian tentang teknologi sebagai "*the knowledge of the manipulation of nature for human purposes*".

[34] Contoh yang dikemukakan Ihde ialah melihat melalui jendela berkaca dan melihat secara langsung tanpa kaca. Ketika jendela kaca berada di antara pengamat dan pemandangan yang dilihatnya, ada

sedikit cahaya yang dibalikkan oleh kaca. Pemandangan juga tampak mendatar tanpa kedalaman. Realitas tiga dimensi dialami sebagai realitas dua dimensi melalui perantaraan kaca jendela. Lihat Lim (2008: 84).

[35] Contoh lain, dengan alat peraba gigi—berbentuk poros logam kecil—seorang dokter gigi dapat mendeteksi ketakteraturan dalam gigi dengan ketelitian yang tinggi. Namun pada saat yang sama, alat ini mereduksi dimensi lain dari pengalaman. Dengan jari tangan dokter tersebut dapat merasakan kelembaban dan suhu dalam mulut. Tetapi dengan alat tersebut tidak, pengalaman empiris dokter tersebut direduksi. Jadi, suatu instrumen dapat meningkatkan kapabilitas manusia, tetapi pada saat yang sama membatasi akses manusia ke alam material. Dengan perkataan lain, instrumen memberikan efek amplifikasi bagi manusia, tetapi pada saat yang sama mereduksi relasi manusia dengan alam material. Lihat Yuliar (2009: 26).

[36] Ketika komputerisasi menjadi pilihan utama untuk pengoperasian sistem-sistem mekanik berskala besar, dan menempatkan para pekerja/operator di balik layar monitor dan papan kunci (*key-board*) untuk memantau aliran informasi, hal ini menghasilkan fenomena yang oleh Carl Mitcham [1994] dan Thomas P. Hughes [2004] disebut sebagai "*techno-lifeworld of the screen*". Mesin otomasi (*automation*) menerjemahkan atau mentransformasikan informasi ke dalam bentuk instruksi, mencatat data tentang berbagai aktivitas, dan membangkitkan informasi yang baru. Dengan mesin otomasi tersebut, peran manusia dalam menghasilkan dan mengolah informasi diambil alih oleh mesin. Kerja manusia pada akhirnya berubah menjadi sebatas memanipulasi simbol-simbol yang dilakukan di dalam ruang kontrol (*control room*). Ketika ini terjadi, keterampilan seorang pekerja industri mengalami transformasi. Keterampilan yang baru adalah: "duduk di belakang monitor dan secara tepat menafsirkan peragaan informasi visual, dan bereaksi bukan dengan tubuh tetapi hanya dengan gerakan digital, *click*, yang melibatkan papan kunci atau layar-sentuh". Jadi, meski mesin otomatis menyediakan perluasan kognitif dan sensorik, pada saat yang sama mesin tersebut mereduksi dan membatasi interaksi manusia dengan lingkungannya. Lihat Yuliar (2009: 27).

[37] Magnifikasi berarti pembesaran objek yang diteliti secara visual, sedangkan amplifikasi lebih mengarah pada pembesaran/peningkatan aspek yang lain. Istilah amplifikasi lebih umum daripada istilah magnifikasi. Lihat Lim (2008: 85).

[38] Dengan melihat ke dalam teleskop, bulan, misalnya, tampak lebih dekat dan lebih besar dengan segala deatil permukaan gunung dan kawah bulan yang sebelumnya tidak kelihatan. Sebelumnya, diperkirakan permukaan bulan mulus. Tubuh pengamat juga terasa lebih dekat dengan bulan. Ini merupakan magnifikasi lewat teleskop. Pada saat yang sama terjadi reduksi, yakni aspek lain dari objek yang dilihat menjadi hilang. Bulan yang dilihat melalui teleskop tidak dilihat dalam keluasan langit malam dan kedudukannya di tempat tertentu di langit. Ini berarti, bersamaan dengan magnifikasi terjadi juga reduksi pada kedudukan objek di dalam lingkungannya. Sebaliknya, dengan melihat ke dalam mikroskop, Bakteri yang sebelumnya tidak kelihatan dan tidak diketahui wujudnya, lantas dapat dideteksi melalui mikroskop. Dengan mikroskop elektron, dunia proton dan neutron dapat diketahui. Lihat Lim (2008: 86).

[39] Mikropersepsi melalui teknologi memengaruhi makropersepsi, dalam arti observasi baru mengubah paradigma sains. Pergeseran paradigma bukanlah sekedar revolusi intelektual. Pergeseran paradigma ini dimungkinkan oleh penemuan sains baru melalui bertambah canggihnya alat-alat teknologi. Instrumentasi yang baru menghantar pada persepsi baru. Ihde mengemukakan contoh Galileo yang mengubah pendangan alam geosentris menjadi pandangan alam heliosentris berkat penciptaan teleskop. Demikianlah, teknologi mengubah pengalaman manusia. Lihat Lim (2008: 86-87).

[40] Arloji merupakan alat teknologi yang sangat penting dan berpengaruh dalam perkembangan sejarah peradaban manusia, terutama di Barat. Arloji mengubah persepsi waktu. Masyarakat yang tidak menggunakan arloji sungguh berbeda dengan masyarakat yang menggunakannya. Cara hidup dan budaya pun berubah berkat penggunaan arloji dan konsep waktu yang diukur dalam satuan jam. Masyarakat petani bercocok tanam mengikuti pergerakan musim, serta peredaran matahari dan bulan. Mereka tidak bergantung pada arloji atau jam untuk menentukan waktu bercocok tanam. Waktu lebih santai, mulur dan mengalir. Hal ini berbeda dengan masyarakat yang menggunakan jam untuk mengukur waktu. Manusia tidak lagi mencari kedudukan matahari untuk mengetahui waktu. Cukup

dengan melihat arloji untuk mengetahui waktu. Arloji telah menggantikan matahari dalam mengetahui waktu. Dengan konsep jam, waktu dapat diukur dan dikuantifikasi. Arloji juga menambah jarak antara manusia dan alam. Pada zaman kuno manusia mematok hidupnya berdasarkan alam. Manusia membaca alam (dengan melihat bintang dan sebagainya) untuk mengetahui waktu. Sekarang yang terjadi justru kebalikannya, yaitu manusia mengukur alam berdasarkan konsep jam. Dengan adanya arloji, manusia membaca dan mengukur waktu dengan konsep jam untuk mengetahui alam. Budaya yang menggunakan jam membaca waktu melalui jam. Waktu dimediasikan oleh jam. Lihat Lim (2008: 87-91).

[41] Persepsi ruang mula-mula berubah dengan terciptanya peta untuk melukis permukaan bumi, terutama untuk kepentingan pelayaran di laut. Peta dilukis dengan bantuan alat-alat navigasi laut. Peta mengubah persepsi ruang seperti yang dilakukan arloji terhadap waktu. Di atas peta, ruang di bagi-bagi ke dalam kotak-kotak oleh garis-garis, seperti garis lintang dan garis bujur pada peta dunia. Melalui peta, ruang dikuantifikasi. Ruang dan lahan direduksi menjadi satu potongan kecil yang diberi nomor di atas selembar kertas. Lihat Lim (2008: 91-93).

[42] Bahasa lisan berbeda dengan bahasa tulisan. Masyarakat yang lebih banyak menggunakan bahasa lisan mempunyai pengalaman berbahasa yang berlainan dengan masyarakat yang melek huruf. Tulisan dilihat sebagai sesuatu yang mentransformasi bahasa dan pengalaman manusia. Tulisan adalah sejenis teknologi bahasa karena tulisan merupakan penorehan dari bahasa dan membutuhkan alat untuk menulis seperti kuas dan pena serta tinta, kertas, kulit, kayu, dan sebagainya. Tulisan berbeda-beda dalam budaya yang berlainan. Ada yang menggunakan tulisan huruf seperti aksara Yunani dan ada yang menggunakan tulisan gambar seperti aksara Cina. Tulisan, kata Ihde dalam *Philosophy of Technology* (1993) merupakan contoh yang paling baik untuk menunjukkan ketertanaman teknologi dalam budaya. Budaya yang menggunakan bahasa tulisan mampu mengakumulasi pengetahuan dalam bentuk tertulis dan menjadikan kata-kata tersimpan dalam bentuk tulisan. Tulisan memperkaya manusia dengan menunjukkan apa yang berada di waktu lampau dan apa yang telah berlaku di waktu lalu. Pada saat yang sama, tulisan juga memiskinkan bahasa manusia dengan mereduksi bahasa lisan yang hidup dengan bahasa tubuh, cara bercakap-cakap, dan intonasi suara, kepada sesuatu yang tetap dan kaku, karena bahasa tulisan terpisah dari penulisnya—sedangkan bahas lisan tidak dapat terpisah dari penuturnya. Kata yang tertulis dipisahkan dari konteks keseluruhan di mana kata itu dituturkan. Hadirnya teknologi percetakan juga membuat tulisan tersebar secara luas dan massif. Terjadi kuantifikasi pengetahuan dengan kadar yang besar. Pengetahuan diklasifikasi dalam kategori-kategori tertentu dan mudah diperoleh sebagai referensi. Apalagi dengan terciptanya program komputer *word processor* di mana tulisan-tulisan diradikalkan dalam bentuk elektronik, bahasa tulisan menjamur dan pengetahuan lebih mudah dikuatifikasikan. Lihat Lim (2008: 93-99).

[43] Esai ini pertama kali muncul dalam buku kedua Winner, *The Whale and the Reactor: A Search for Limits in an Age of High Technology* (University of Chicago Press, 1986). Buku pertamanya, *Autonomous Technology: Technics-out-of-control as a Theme in Political Thought* (MIT Press, 1977), telah menempatkan Winner sebagai salah satu pembela utama atas beberapa argumen determinisme teknologi. Lihat Cutcliffe dan Mitcham (2001: 11).

[44] Namun demikian, perbedaan kuasa ini tidak dapat dikatakan hanya bersumber pada faktor teknis karena perihal bagaimana seorang penebang dapat memiliki mesin gergaji elektrik sedangkan penebang lain hanya memiliki gergaji mekanis adalah bersumber pada faktor-faktor nonteknis (faktor sosial-ekonomi).

[45] Merujuk Yuliar (2009: 38), “relasi kuasa” (*power relation*) secara sederhana dapat diartikan sebagai sejenis relasi sosial yang berkaitan dengan akses ke sumber-sumber strategis (seperti sumber energi, sumber ekonomi, dan sumber hukum). Relasi kuasa ini kemudian berimplikasi perbedaan dalam tingkat kapasitas untuk beraksi.

[46] Ilustrasi yang juga relevan dengan konsepsi ini barangkali yang pernah dikemukakan oleh Bruno Lator (1992, dalam Yuliar, 2008: 91-92) ihwal “sosiologi tentang sebuah pintu” (*sociology of a door*). Paparan selanjutnya mengenai ilustrasi ini didasarkan pada uraian dari Yuliar tersebut. Pintu (dan engsel pintu) adalah objek teknis yang memungkinkan orang untuk memasuki atau meninggalkan ruangan dalam suatu gedung tanpa merusak dinding-dinding yang menyekat ruangan itu. Persoalannya, bagaimana mempertahankan pintu tetap dalam keadaan tertutup—tanpa perlu menguncinya—ketika sedang tidak

digunakan agar orang-orang dalam ruangan bisa merasa lebih nyaman. Solusinya bisa dengan mendisiplinkan seluruh pengguna ruangan. Tetapi, solusi ini rawan dengan pelanggaran. Pilihan lain adalah dengan menempatkan seorang penjaga pintu. Pilihan ini memang memungkinkan disiplin menutup pintu ditingkatkan, tetapi masih mungkin terjadi kelalaian akibat si penjaga pintu mengantuk atau asyik mengobrol, atau ia tidak bisa hadir karena sakit, misalnya. Maka, solusi yang lain adalah dengan mendelegasikan tugas itu pada unsur non-manusia, yakni pegas hidrolik. Artefak teknis ini memang bisa mempertahankan pintu tetap tertutup setiap kali tidak digunakan, tetapi bila orang tidak cukup terampil menggunakannya, ia dapat terbentur oleh pintu berpegas itu. Masalah ini dapat diatasi dengan mengandalkan objek teknis lainnya, yakni pintu berengsel geser yang dilengkapi sensor elektronik yang memungkinkan pintu bergerak membuka secara otomatis ketika hendak digunakan, dan menutup kembali secara otomatis pula ketika tidak digunakan. Dengan mendiskusikan kasus pintu dan engselnya tersebut, Latour menekankan bahwa objek teknis, sebagai agen non-manusia, memiliki watak antropomorfis: ia dibuat oleh manusia, dapat menjadi pengganti bagi manusia, dan memengaruhi perilaku manusia. Sebaliknya, contoh tersebut juga menunjukkan bahwa manusia (yakni si penjaga pintu) dapat berperan seperti halnya suatu objek teknis (pintu berengsel geser yang bersensor elektronik).

[47] Dalam buku pertamanya, *Culture and Society 1780-1950* [1958], Williams memetakan empat penggunaan istilah "kebudayaan" yang berkembang hingga saat itu (dasawarsa 1950-an): kebiasaan pemikiran (*habit of mind*) seseorang; perkembangan intelektual seluruh masyarakat; kesenian; dan seluruh cara hidup suatu kelompok atau masyarakat. Lihat Milner & Browitt (2002: 2). Sebagai perbandingan, Milner & Browitt (2002: 227-228) memetakan perkembangan penggunaan istilah "kebudayaan" sebagai berikut:

> *Originally, the cultivation of organic material, later, by extension and analogy, the cultivation of human beings. In the humanities, the term tends to denote the arts: in the social sciences, the way of life of people. The two sets of meaning are connectable through the notion that the former express the latter. More generally, the word refers to the entire range of institutions, artefacts, and practices that make up our symbolic universe. It tends to include art and religion, science and sport, education and leisure, but not normally economics and politics.*

[48] Hartman menengarai terjadinya penganekaragaman penggunaan istilah "budaya"—"*camera culture, gun culture, service culture, museum culture, deaf culture, football culture*"—sehingga itu menjadi semacam "kecenderungan yang berlebihan dalam bahasa" ("*linguistic weed*"). Lihat Milner & Browitt (2002: 3).

[49] Keseluruhan definisi kebudayaan yang dihimpun Kroeber dan Kluckhohn tersebut kemudian dipilah ke dalam delapan kategori berikut: *(1) topical: culture consists of everything on a list of topics, or categories, such as social organization, religion, or economy; (2) historical: culture is social heritage, or tradition, that is passed on to future generations; (3) behavioral: culture is shared, learned human behavior, a way of life; (4) normative: culture is ideals, values, or rules for living; (5) functional: culture is the way humans solve problems of adapting to the environment or living together; (6) mental: culture is a complex of ideas, or learned habits, that inhibit impulses and distinguish people from animals; (7) structural: culture consists of patterned and interrelated ideas, symbols, or behaviors; dan (8) symbolic: culture is based on arbitrarily assigned meanings that are shared by a society* (lihat Bodley, 1994).

[50] Karya Arnold ini berpengaruh besar terhadap pemikiran F.R. Leavis dan Q.D. Leavis—yang kemudian disebut sebagai "Leavisisme". Leavisisme memiliki kesamaan dengan Arnold dalam konteks pandangan bahwa kebudayaan adalah titik tinggi peradaban dan menjadi minat utama minoritas berpendidikan. Tujuan kebudayaan tinggi dan minoritas adalah untuk menjaga, memelihara, dan menyebarluaskan kemampuan untuk membedakan mana yang terbaik dan mana yang terburuk dalam kebudayaan. Lihat Barker (2004: 38).

[51] Dalam kutipan Ritter (1986: 95), definisi kebudayaan menurut Arnold adalah, "*a pursuit of total perfection by means of getting to know, on all the matters which most concern us, the best which has been thought and said in the world*."

[52] Edward Burnett Tylor (1832-1917) adalah antropolog Inggris yang mula-mula mendapatkan pendidikan dalam kesusastraan dan peradaban Yunani dan Romawi Klasik, dan baru kemudian tertarik

terhadap ilmu arkeologi. Karena mendapat kesempatan untuk turut dengan keluarganya berkelana ke Afrika dan Asia, ia menjadi tertarik untuk membaca etnografi. Pada 1871 Tylor menerbitkan karyanya yang paling terkenal, *Primitive Culture*, yang memuat definisi tentang kebudayaan. Pada 1896 Tylor diangkat sebagai profesor pertama dalam bidang antropologi di Universitas Oxford.

[53] Berdasarkan definisi-definisi yang bertolak dari gagasan Herder—yakni budaya sebagai "totalitas cara hidup suatu masyarakat"—tersebut, tampaknya budaya mencakup hampir segala sesuatu, termasuk teknologi. Namun, justru di situlah terletak permasalahannya. Jika (hampir) semua hal adalah kebudayaan, lalu apa (atau, mana) yang bukan kebudayaan? Apakah, dengan demikian, hanya hal-hal yang di luar "hasil karya manusia" saja yang bukan kebudayaan? Padahal, dalam kehidupan kita sehari-hari, kita mengetahuai ada banyak hal di luar kebudayaan—ada ekonomi, politik, sosial, teknologi, dan lainnya. Relevan kiranya untuk dikemukakan di sini argumen kalangan pemikir kajian budaya (*cultural studies*) seperti Tony Thwaites, Lloyd Davis, dan Warwick Mules (2009: 1-2).

> Budaya merupakan aspek sosial yang berkaitan dengan urusan makna. Tentu saja, terdapat banyak aspek sosial lainnya, dengan banyak urusan terkait lainnya (ekonomi, hukum, pemerintahan, pendidikan, dan seterusnya), namun dalam beberapa pengertian budaya akan tampak sebagai satu aspek yang sangat dasar. Setidak-tidaknya orang dapat berimajinasi seperti apa jadinya masyarakat tanpa uang, eksploitasi, pemerintahan, atau hal semisalnya—terdapat keseluruhan cabang fiksi, roman utopia, yang banyak mengimajinasikan hal semacam itu. Akan tetapi, masyarakat yang tidak memproduksi dan mengedarkan makna benar-benar tidak bisa dibayangkan.
>
> Dalam berurusan dengan praktik makna, budaya melebar ke dalam bidang ekonomi, hukum, dan pemerintahan. Sama sekali tidak jelas di mana yang satu berakhir dan yang lain memulai. Oleh karenanya, barangkali, ketimbang menyikapi makna dan praktik makna sebagai bidang yang terdefinisikan secara ketat dalam dunia sosial, kita hendaknya melihat makna tersebut lebih sebagai suatu penekanan, sebuah titik yang darinya pelbagai hal dilihat. Dengan dikonstruksi melalui cara ini, *cultural studies* merupakan rangkaian persoalan tentang apa yang dapat kita katakan mengenai pelbagai bidang (pemerintahan, hukum, ekonomi, dan lain-lain) jika kita mendekatinya sebagai praktik makna. Jika, misalnya, ilmu ekonomi berkaitan dengan urusan produksi, sirkulasi, dan konsumsi kekayaan, maka beberapa di antara hal yang akan menjadi minat *cultural studies* bisa meliputi bagaimana kekayaan itu bertindak sebagai tanda yang bermakna, makna yabng diproduksinya, serta cara makna itu disirkulasikan dan dipertukarkan.

Kutipan di atas menegaskan bahwa budaya bukanlah "totalitas cara hidup suatu masyarakat", sebagaimana yang dikonsepsikan oleh Herder. Penegasan ini fundamental karena, seperti dinyatakan oleh Samuel P. Huntington (2006: xv), jika budaya meliputi apa saja, suatu totalitas, maka budaya—sebagai alat konseptual—tidak punya kemampuan untuk menjelaskan apa pun. Namun, yang mengherankan adalah bahwa pengaruh konsepsi budaya "Herderian" ini dapat berkembang begitu luas dan bertahan begitu lama di kalangan ilmuwan-ilmuwan sosial (khususnya antropolog). Jejak pengaruh itu nyata sekali dalam pemikiran perintis ilmu antropologi di Indonesia, Koentjaraningrat, yang mengikuti pendapat antropolog J.J. Honigmann dalam *The World of Man* [1959] yang membedakan adanya tiga wujud kebudayaan, yaitu *ideas, activity,* dan *artefacts*. Dalam *Pengantar Ilmu Antropologi* (1979: 180)—yang hingga kini masih menjadi buku ajar utama mata kuliah pengantar antropologi di berbagai perguruan tinggi di Indonesia—Koentjaraningrat mendefinisikan kebudayaan sebagai "keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia melalui proses belajar". Jika dirinci lebih jauh, menurutnya ada tujuh unsur kebudayaan yang dapat ditemukan pada semua bangsa di dunia, yaitu bahasa, sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian hidup, sistem religi, dan kesenian.

[54] Dalam *Mirror for Man* itu, Kluckhohn mencoba mendefinisikan kebudayaan sebagai: (1) "keseluruhan cara hidup suatu masyarakat"; (2) "warisan sosial yang diperoleh individu dari kelompoknya"; (3) "suatu cara berpikir, merasa, dan percaya"; (4) "suatu abstraksi dari tingkah laku"; (5) "suatu teori antropologi tentang cara suatu kelompok masyarakat bertingkah laku"; (6) suatu "gudang untuk mengumpulkan hasil belajar"; (7) "seperangkat orientasi standar pada masalah-masalah yang sedang berlangsung"; (8) "tingkah laku yang dipelajari"; (9) "suatu mekanisme untuk penataan tingkah laku yang bersifat normatif"; (10) "seperangkat teknik untuk menyesuaikan baik dengan lingkungan luar maupun dengan orang-orang lain"; dan (11) "suatu endapan sejarah". Lihat Geertz (1992: 4-5).

[55] Clifford Geertz, lahir di San Francisco pada 1926, adalah antropolog lulusan Universitas Harvard. Setelah meraih jabatan profesor penuh di Universitas Chicago pada 1970, Geertz kemudian pindah ke Universitas Princeton hingga akhir hayatnya. Karya-karya Geertz mencakup banyak aspek pemikiran dalam antropologi. Salah satu bukunya, yang memuat definisi kebudayaan, adalah *The Interpretation of Cultures* (1973) yang kemudian diterjemahkan (oleh F. Budi Hardiman) ke dalam bahasa Indonesia menjadi *Tafsir Kebudayaan* (Kanisius, 1992). Melalui buku ini, Geertz menganjurkan para antropolog dan ilmuwan sosial untuk lebih mencari pemahaman makna daripada sekedar aspek perilaku atau hubungan sebab-akibat dari sebuah gejala atau peristiwa manusiawi. Makna kebudayaan ini hanya dapat diketahui dengan cara menafsir simbol-simbol yang setiap saat dan tempat dipergunakan orang dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pandangan ini, definisi Geertz mengenai kebudayaan menjadi bersifat semiotis. Geertz berkesimpulan bahwa sistem simbol yang tersedia di kehidupan umum sebuah masyarakat sesungguhnya menunjukkan bagaimana warga masyarakat itu melihat, merasa, dan berpikir tentang dunia mereka dan bertindak berdasarkan nilai-nilai yang sesuai. Lihat Paul Bohannan dan Mark Glazer, *High Points in Anthropology* (1988: 531-552).

[56] Versi pendekatan interpretif yang dikembangkan oleh Geertz ini kemudian lebih lazim disebut dengan istilah "interpretivisme simbolik", meskipun pada mulanya pendekatan ini disebut "antropologi simbolik". Hal ini karena penekanan yang berbeda yang diberikan Geertz dibandingkan versi simbolisme yang lebih dulu berkembang dalam antropologi. Dalam dunia antropologi, istilah simbol memang sudah semenjak lama dinyatakan, baik secara eksplisit maupun implisit. Perintis antropologi abad ke-19, Edward B. Tylor sudah menulis hal ini dalam karyanya, *Primitive Culture*. Antropologi simbolik memandang manusia sebagai pembawa dan produk, sbagai subjek sekaligus objek, dari suatu sistem tanda dan simbol yang berlaku sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pengetahuan dan pesan-pesan. Simbol memberikan landasan bagi tindakan dan perilaku selain gagasan dan nilai-nilai. Teori simbolik mengenai kebudayaan adalah suatu model dari manusia sebagai spesies yang menggunakan simbol. Lihat Saifuddin (2005: 291-292).

[57] Definisi Geertz yang lebih spesifik ini diilhami oleh buku *Mirror of Man* yang ditulis oleh Clyde Kluckhohn. Geertz (1973) mengemukakan suatu definisi kebudayaan sebagai: (1) suatu sistem keteraturan dari makna dan simbol-simbol, yang dengan makna dan simbol tersebut individu-individu mendefinisikan dunia mereka, mengekspresikan perasaan-perasaan mereka, dan membuat penilaian mereka; (2) suatu pola makna-makna yang ditransmisikan secara historis yang terkandung dalam bentuk-bentuk simbolik, yang melalui bentuk-bentuk simbolik tersebut manusia berkomunikasi, memantapkan, dan mengembangkan pengetahuan mereka mengenai dan bersikap terhadap kehidupan; (3) suatu peralatan simbolik untuk mengontrol perilaku, sumber-sumber ektsrasomatik dari informasi; dan (4) oleh karena kebudayaan adalah suatu sistem simbol, maka proses kebudayaan harus dipahami, diterjemahkan, dan diinterpretasi. Bahasa simbolik dari kebudayaan adalah publik, dan oleh sebab itu peneliti tidak boleh berpura-pura telah memperoleh pengetahuan yang mendalam mengenai sudut-sudut gelap dalam pikiran individu. Lihat Saifuddin (2005: 288).

[58] Geertz (dalam Keesing, 1999: 70) memberikan contoh yang menarik untuk mengilustrasikan konsepsi ini, yang dipinjamnya dari ahli filsafat Gilbert Ryle. Misalnya, kejapan mata (tidak disengaja) dan kedipan mata yang disengaja. Sebagai peristiwa lahiriah, keduanya mungkin serupa—pengukuran keduanya tidak akan menemukan perbedaan. Sementara yang satu barangkali hanyalah sebuah reaksi biologis, yang lain adalah tanda, kode yang mengandung makna yang sama bagi orang Amerika (tetapi yang tidak akan bisa dimengerti oleh orang Eskimo atau Aborijin Australia). Hanya dalam kesemestaan makna yang dimiliki bersama, bunyi-bunyi dan peristiwa-peristiwa fisik bisa dipahami dan meneruskan informasi.

[59] Geertz (dalam Keesing (1999: 71,73; lihat juga Saifuddin, 2005: 300), berpendapat bahwa budaya (jejaring makna) adalah sistem dari tujuan masyarakat (kolektif), bukannya kode perorangan di benak masing-masing anggota masyarakat. Namun demikian, Geertz menekankan bahwa kebudayaan, yang bersifat kolektif itu, tidak dapat terpisah dari individu. Kebudayaan berlaku *dalam* dan *melalui* interpretasi individual, entah itu mengenai kejadian-kejadian ataupun objek-objek di sekitar individu tersebut. Dari interpretasi individual yang dimiliki oleh setiap orang di dalam suatu masyarakat itulah proses pemaknaan yang bersifat publik berlangsung. Jadi, seperti yang disimpulkan oleh Keesing, meskipun pencarian makna bermula dari ranah individual, pemilikan makna itu pada akhirnya sama di

dalam kehidupan sehari-hari semua orang dalam masyarakat (ranah publik), dan karena itu menjadi suatu proses sosial, bukan proses perorangan. Oleh sebab itu, Geertz menerima gagasan bahwa keteraturan sosial adalah subjektif sekaligus objektif, suatu ihwal nilai-nilai dan motivasi-motivasi individual, namun terikat dalam simbol-simbol publik dan komunikasi.

[60] Untuk memperjelas pengertian bahwa "sistem makna merepresentasi realitas", patut dikutipkan di sini pengertian budaya yang kemukakan oleh J.P. Lederach dalam *Preparing for Peace: Conflict Transformation Across Cultures* (1995: 9). Menurut Lederach, "*culture is the shared knowledge and schemes created by a set of people for perceiving, interpreting, expressing, and responding to the social realities around them*".

[61] Dalam disiplin antropologi, paradigma interpretivisme simbolik yang dibangun oleh Geertz itu kemudian berpengaruh besar dan merupakan salah satu mazhab pemikiran antropologi yang kuat hingga dewasa ini. Apa yang disimpulkan Banks dan McGee (2009) mengenai pengertian kebudayaan yang berkembang dewasa ini barangkali dapat memberi gambaran perihal kuatnya pengaruh paradigma ini.

> *Most social scientists today view culture as consisting primarily of the symbolic, ideational, and intangible aspects of human societies. The essence of a culture is not its artefacts, tools, or other tangible cultural elements but how the members of the group interpret, use, and perceive them. It is the values, symbols, interpretations, and perspectives that distinguish one people from another in modernized societies; it is not material objects and other tangible aspects of human societies. People within a culture usually interpret the meaning of symbols, artefacts, and behaviors in the same or in similar ways.* (h. 8).

Dalam rumpun ilmu-ilmu sosial-humaniora, paradigma interpretivisme simbolik juga memperoleh tempat yang penting, khususnya dalam pemikiran pascamodernisme, semenjak akhir abad ke-20 hingga awal abad ke-21 ini. Lihat Saifuddin, *Antropologi Kontemporer: Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma* (2005: 319; pembahasan khusus tentang pemikiran pascamodernisme dalam antropologi dan ilmu-ilmu sosial dipaparkan pada bab 10, h. 367-397).

[62] Dengan demikian, Geertz (1992: 15-16; lihat juga Saifuddin, 2005: 306) menampik pemahaman bahwa kebudayaan adalah entitas yang berada dalam ranah kognitif atau ideasional belaka, sebagaimana yang diyakini oleh pengikut mazhab strukturalisme, atau bahwa kebudayaan adalah fenomena psikologis atau mental semata, seperti yang dipercaya para penganut kognitivisme.

[63] Senada dengan Richardson, L. Damen dalam *Culture Learning: The Fifth Dimension on the Language Classroom* (1987) mengatakan bahwa budaya (*culture*) adalah *"learned and shared human patterns or models for living; day-to-day living patterns. These patterns and models pervade all aspects of human social interaction*" (h. 367). Tetapi, pernyataan senada yang lebih argumentatif datang dari A. Kuper dalam *Culture: The Anthropologist Account* (1999). Kuper mengatakan bahwa proposisi-proposisi kebudayaan berlaku lebih dari sekedar mengartikulasikan dunia, tetapi juga memberikan pedoman bagi tindakan sosial di dalamnya. Kebudayaan, selain menyediakan model (mental) dari apa yang dipandang sebagai realitas, juga menyediakan pola-pola bagi perilaku (sosial). Atas dasar alasan ini, perlu dibedakan secara analitis antara aspek kebudayaan dan aspek sosial dalam kehidupan manusia, dan memperlakukan setiap aspek tersebut sebagai variabel bebas, namun sebagai faktor keduanya saling tergantung satu sama lain. Namun, Kuper juga mencatat bahwa banyak kritik dialamatkan kepada analisis interpretatif kebudayaan, antara lain bahwa analisis ini gampang terjebak ke dalam kualitas estetika, dan cenderung gamang terhadap isu survival, atau isu kekuasaan yang mendunia akhir-akhir ini, atau tak berdaya terhadap konstrain biologi yang kerap hadir meski tersembunyi. Lihat Saifuddin (2005: 289).

[64] Patut dicatat di sini bahwa satu tahun sebelum terbitnya *The Interpretation of Cultures* (1973), Robert F. Berkhofer Jr., dalam artikel bertajuk "Clio and the Culture Concept: Some Impressions of a Changing Ralationship in American Historiography", dalam *The Idea of Culture in the Social Science* (1972, dalam Ritter, 1986: 97), telah mengkonsepsikan kebudayaan sebagai dimensi ideasional (*ideational component*) di balik pola-pola perilaku sosial manusia. Berkhofer menekankan adanya implikasi sosial dari ide bahwa budaya adalah makna dan simbol yang dimiliki bersama oleh para anggota suatu masyarakat. Apa yang dilakukan Berkhofer merupakan suatu upaya untuk mendefinisikan ulang konsepsi budaya sebagai "totalitas cara hidup suatu masyarakat" yang dianut oleh

para sejarawan budaya dan kemudian diikuti oleh para antropolog sejak abad ke-19 hingga dasawarsa 1930-an.

[65] Raymond Williams memulai karier akademisnya sebagai sebagai pengajar di Universitas Oxford dari 1946 hingga 1960. Bukunya *Culture and Society* [1958] dan *The Long Revolution* [1961] dipengaruhi oleh tradisi pemikiran Marxisme. Sesudah itu Williams pindah mengajar Universitas Cambridge dan masyhur sebagai teoretikus budaya dan salah satu pendiri kajian budaya. Karya-karyanya yang kemudian adalah *Television: Technology and Cultural Form* [1975], *Keywords* [1976], *Marxism and Literature* [1977], *Politics and Letters* [1979], *Culture* [1981], dan *The Politics of Modernism: Against the New Conformists* [1989].

[66] Salah satu penjelasan atas frasa "*culture is ordinary*" dari Williams ini adalah yang dikemukakan oleh Slack dan Wise (2005: 4) yang mengatakan, "*to claim that* '*culture is ordinary*' *is to acknowledge that these cultural processes occur within the variety of practices that constitute everyday life*."

[67] Pandangan mengenai kebudayaan yang menekankan karakter "keseharian" dan aspek aktif, kreatif, dan kapasitas orang untuk membangun praktik-praktik bermakna secara bersama-sama ini disebut sebagai "kulturalisme". Kerja empiris yang ditekankan dalam tradisi kulturalis adalah mengeksplorasi cara manusia menciptakan makna budaya melalui pengalaman dan proses kehidupan sehari-hari. Mazhab kulturalisme ini bukan hanya merujuk pada pemikiran Williams, tetapi juga koleganya sesama pendiri kajian budaya, yakni Richard Hoggart dan Edward P. Thmpson. Meski ada perbedaan signifikan antara Hoggart, Thompson, dan Williams, kesamaan di antara mereka terletak pada penekanan atas karakter keseharian dan kelaziman (ordinary) kebudayaan dan kemampuan masyarakat masyarakat yang aktif dan kreatif untuk mengkonstruksi praktik-praktik bermakna. Lihat Barker (2004: 16 dan 40).

[68] Dalam pengertian ini, Williams mengatakan bahwa budaya mencakup organisasi produksi, struktur keluarga, struktur lembaga yang mengekspresikan atau mengatur hubungan sosial, bentuk-bentuk berkomunikasi khas anggota masyarakat. Lihat Sardar & Loon (2001: 4-5).

[69] Definisi ini dijelaskan lebih lanjut oleh Hall (1996: 34), bahwa "*'culture' is not a practice; nor is it simply the descriptive sum of the 'mores and folkways' of societies—as it tended to become in certain kinds of anthropology. It is threaded through all social practices, and is the sum of their inter-relationship.*" Argumen serupa dikemukakan oleh teoretikus kajian budaya Amerika Serikat, Lawrence Grossberg (1996: 180), yang mengatakan bahwa "*culture exist in complex relations with other practices in the social formations, and these relations determine, enable, and constrain the possibilities of cultural practices*".

[70] Lebih jauh, menurut Fiske dalam *Television Culture* (1987, dalam Storey, 2004: 25-26), komoditas budaya, yang dari situ budaya pop terbentuk, bersirkulasi dalam dua ekonomi sekaligus: ekonomi finansial dan ekonomi kultural. Ekonomi finansial terutama menaruh perhatian pada nilai tukar, sedangkan ekonomi kultural terutama berfokus pada nilai guna—makna, kesenangan, dan identitas sosial. Tentu saja ada interaksi yang kontinyu di antara dua ekonomi yang terpisah namun terkait ini. Fiske menegaskan "bahwa kekuatan khalayak-sebagai-produser (*audiences-as-producers*) dalam ekonomi kultural amatlah menentukan". Kekuatan khalayak "berasal dari fakta bahwa makna tidak beredar dalam ekonomi kultural dengan cara yang sama sebagaimana kekayaan beredar dalam ekonomi finansial". Dalam ekonomi kultural—tidak seperti ekonomi finansial—komoditas tidak bergerak dengan cara linear dari produksi ke konsumsi; kesenangan dan makna beredar tanpa perbedaan yang nyata antara produksi dan konsumsi. Dua ekonomi ini beroperasi demi kepentingan pihak petarung yang saling berlawanan: ekonomi finansial cenderung mendukung kekuatan kerja sama (*incorporation*) dan homogenisasi, sementara ekonomi kultural cenderung mendukung kekuatan perlawanan (*resistance*) dan perbedaan. Perlawanan semiotika—yang di situ makna-makna dominan ditentang oleh makna-makna subordinat—punya efek terhadap peruntuhan upaya kapitalisme atas homogenitas ideologis. Dengan cara ini, menurut Fiske, kepemimpinan moral dan intelektual kelas dominan ditentang. Pemikiran Fiske ini sejajar dengan gagasan Terry Lovell yang sudah muncul lebih dulu. Lovell, dalam *Pictures of Reality, Aesthetics, Politics and Pleasure* (1983), mengungkapkan, komoditas kapitalis mempunyai keberadaan ganda, yaitu nilai dan nilai tukar. Perhatian utama produksi kapitalis adalah pada nilai tukar yang mengarah pada nilai lebih (keuntungan). Permasalahannya, sementara kapitalisme memproduksi komoditas dengan dasar nilai tukarnya, orang-orang cenderung mengkonsumsi komoditas

kapitalisme atas dasar nilai gunanya. Komoditas ini dinilai atas signifikansi simboliknya. Konsumsi, dalam hal ini, merupakan proses aktif, kreatif, dan produktif yang terkait dengan kesenangan, identitas, dan pembuatan makna. Akibatnya, ada dua ekonomi yang berjalan paralel, ekonomi penggunaan dan ekonomi tukar-menukar, dan ini tidak bisa dipahami hanya dengan mengkaji salah satunya. Lihat Storey (2004: 297).

[71] Louis Althusser (1918-1990) adalah filosof Prancis yang membawa pemikiran strukturalisme ke dalam Marxisme dalam upaya menjadikannya sebuah "ilmu pengetahuan". Dalam kaitannya dengan dengan teori budaya dan budaya pop, kontribusi terpenting Althusser adalah usahanya untuk menteorisasi konsep ideologi dalam formasi sosial yang terdiri dari tiga praktik—ekonomi, politik, dan ideologi—yang relatif otonom satu sama lain. Althusser menyatakan bahwa melalui ideologi orang-orang menghidupi hubungannya dengan kondisi riil eksistensi mereka. Praktik ideologi adalah proses transformasi hubungan kehidupan individu dengan formasi sosial. Lihat Storey (2004: 160-172).

[72] Definisi kebudayaan yang berwatak politis yang digunakan dalam kajian budaya ini bertolak dari asumsi-asumsi Marxisme. Ini tidak berarti bahwa seluruh eksponen kajian budaya adalah pengikut Marxisme, tetapi karena disiplin kajian budaya itu sendiri memang berbasis pada paham Marxisme. Johnson (1996: 76) menjelaskan terminologi "kebudayaan" yang berwatak politis ini dalam tiga premis pokok: '*The first is that cultural processes are intimately connected within social relations, especially with class relations and class formations, with sexual divisions, with the racial structuring of social relations and with age oppressions as a form dependency. The second is that culture involves power and helps to produce asymmetries in the abilities of individuals and social groups to define and realise their needs. And third, which follows the other two, is that culture is neither an autonomous nor an externally determined field, but a site of social differences and struggles*.' Paparan lebih mendalam mengenai hal ini dapat dilihat dalam buku Storey, *Cultural Studies & the Study of Popular Culture: Theories and Methods* (1996); atau artikel pengantar ("Cultural Studies: An Introduction") untuk buku yang disuntingnya, *What is Cultural Studies? A Reader* (1996).

[73] Uraian rinci dan sistematis mengenai berbagai definisi "budaya pop" dapat dilihat dalam Storey (2004: 10-25). Storey mengemukakan enam definisi budaya pop, yaitu (1) budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang; (2) praktik budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi; (3) "budaya massa"; (4) budaya yang berasal dari "rakyat"; (5) budaya yang dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi (perspektif neo-Gramscian); dan (6) budaya komersial (perspektif pascamodernisme).

[74] Hegemoni adalah hal yang mengikat masyarakat tanpa menggunakan kekuatan koersif. Hegemoni terjadi pada suatu masyarakat ketika kelompok dominan mendapatkan dukungan dari kelompok-kelompok subordinat melalui proses "kepemimpinan" intelektual dan moral; dengan kata lain, kelas bawah dengan aktif mendukung dan menerima nilai-nilai, ide, tujuan, dan makna budaya yang mengikat mereka pada struktur kekuasaan yang ada (Storey, 2004: 19). Dengan demikian, budaya adalah salah satu situs kunci tempat terjadinya perjuangan bagi hegemoni; dan dalam arena kebudayaan pop-lah isu-isu kepemimpinan moral dan intelektual dipecahkan. Tentang hegemoni ini, lihat juga Bab 8.

[75] Antonio Gramsci (1891-1937) adalah aktivis politik, filosof Marxis, dan pendiri Partai Komunis Italia. Terinspirasi oleh Revolusi Bolshevik Lenin di Rusia (1917), Gramsci ikut menggerakkan pemogokan buruh dan pendudukan pabrik di seluruh Italia Utara pada 1920. Tetapi, revolusinya berakhir dengan kekalahan ketika pemerintah mengganti pekerja yang mogok dengan petani dari Selatan. Pada masa Benito Mussolini berkuasa, Gramsci ditangkap oleh kaum Fasis pada 1926 dan menghidupkan sisa hidupnya di penjara. Di penjara inilah Gramsci memperoleh "waktu luang" untuk merenungkan kekalahan sosialisme dan peranan penting budaya dalam masyarakat. Konsep kunci dalam pemikiran Gramsci adalah "hegemoni", yang penting dalam memahami sejarah dan struktur masyarakat mana pun. Lihat Sardar & Loon (2001: 48-51).

[76] Menurut Geertz, makna bersifat publik atau kolektif karena kebudayaan juga bersifat publik/kolektif. Argumennya adalah bahwa meskipun bersifat ideasional, kebudayaan tidak berada dalam hanya kepala seseorang. Walaupun tidak bersifat fisik, kebudayaan bukanlah sebuah entitas yang tersembunyi. Geertz mencontohkan, seseorang tidak bisa memberi isyarat dengan berkedip (atau berpura-pura memberi isyarat) tanpa mengetahui apa yang dianggap sebagai pemberian isyarat dengan kedipan mata atau

bagaimana secara fisik orang harus menggerakkan kelopak-kelopak mata (lihat Geertz (1992: 12, 15). Dalam konteks ini, menjadi relevan definisi kebudayaan yang dikemukakan oleh G. Hofstede dalam esainya, "National Cultures and Corporate Cultures" (dalam *Communication Between Cultures*, 1984). Menurut Hofstede, "*culture is the collective programming of the mind which distinguishes the members of one category of people from another*" (h. 51).

[77] Pandangan ini berbeda dengan perspektif teoretis materialisme kebudayaan yang dikembangkan oleh antropolog Marvin Harris. Lihat juga sebutan "materialisme budaya" yang merujuk kepada konsep budaya menurut Raymond Williams dari tradisi kajian budaya.

[78] Selain teraktualisasi dalam artefak, makna budaya juga diseksprесikan secara perilaku—gerak-gerik tubuh, aktivitas, ritual, ekspresi artsitik, dan tindakan manusia lainnya yang dapat diamati. Lihat R. Murphy dalam *The Dialectics of Social Life: Alarms and Excursions in Anthropological Theory* (1980, dalam Saifuddin, 2005: 86).

[79] Dalam karyanya yang lebih dulu, Richardson (1974, dalam Leeds-Hurwitz, 1993: 81) mengatakan, "*material culture has been variously called 'the vehicle through which social structures and cultural categories achieve existence'*". Dwyer (1975, dalam Leeds-Hurwitz, 1993: 81) menyatakan bahwa artefak (baca: *material culture*) adalah "*the product and residue of the thoughts and behavior of its [a society's] member*".

[80] Teoretikus STS Ralph Schroeder (2007) berpendapat bahwa "*technology must be separated from culture, and at the same time ... they cannot be analyzed independently of their effect; or, to put it differently, they must always be related to their causes and consequences in the other sphere of life*" (h. 122). Schroeder menegaskan adanya relasi timbal-balik antara teknologi dan budaya yang dapat dimetaforakan dengan ungkapan "bagai dua sisi dari sekeping koin". Metafora ini kurang lebih serupa dengan konsep 'tanda' dalam semiotika. Menurut Ferdinand de Saussure, perintis semiotika modern, tanda mengandung dua elemen: penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Bentuk fisik tanda disebut sebagai penanda, sedangkan yang dirujuk oleh tanda, asosiasi mental atau maknanya, disebut sebagai petanda. Jadi, tanda memiliki aspek bentuk fisik (karena itu merupakan entitas teknologis) sekaligus aspek makna (dan sebab itu merupakan entitas budaya).

[81] Pernyataan Schroeder ini konsisten dengan premis yang dikemukakan oleh Roland Barthes dalam *Elements of Semiolog*y (1967) bahwa, "*once society exists, every usage is converted into a sign of this usage*".

[82] Schroeder (2007) agak ambigu ketika membahas penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Pada satu sisi ia memperluas pengertian budaya dengan mencakupkan di dalamnya artefak material (*matrial artefact*)—ini adalah entitas teknologis—yang berfungsi sebagai sarana bagi persebaran nilai-nilai budaya (h. 99); tetapi pada sisi lain ia menyatakan bahwa teknologi adalah entitas yang terpisah dari budaya (h. 103).

[83] Konsep tanda dalam semiotika (studi tentang tanda—*sign*) memiliki tiga karakteristik dasar: ia memiliki bentuk yang konkret, ia merujuk pada sesuatu yang bukan dirinya sendiri, dan ia dapat dikenali kebanyakan orang sebagai tanda. Bentuk fisik tanda disebut sebagai penanda (*signifier*). Sedangkan yang dirujuk oleh tanda, asosiasi mentalnya, disebut sebagai petanda (*signified*) (Sardar & Loon, 2001). Jadi, tanda memiliki aspek fisik, dan dengan demikian dapat membuatnya menjadi entitas teknologis.

[84] Multistabilitas berasal dari fenomena keberagaman persepsi yang mungkin dari suatu objek yang sama. Ihde menggunakan contoh kibus Necker—ditemukan oleh Lois Albert Necker, seorang ahli kristal, pada 1832—untuk menjelaskan multistabilitas dalam persepsi visual. Kubus Necker adalah objek persepsi yang ambigu (dwistabilitas) dengan dua kemungkinan melihatnya. Multistabilitas ditunjukkan melalui persepsi visual dari suatu bentuk yang sama, tetapi mempunyai beberapa kemungknan cara melihat yang stabil. Syarat umtuk mengistilahkan suatu fenomena sebagai multistabil adalah mengenal ambiguitas dan dimensi keberagamannya. Menurut Ihde, multistabilitas semacam ini juga terdapat dalam hubungan manusia-teknologi dan lebih kuat lagi dalam cara pandang teknologi-budaya yang kompleks. Lihat Lim (2008: 138-141).

[85] Pulpen digunakan untuk menulis dengan tangan di atas kertas, sedangkan komputer digunakan untuk mengetik pada layar monitor. Penggunaan alat yang berbeda ini menunjukkan kecenderungan yang membuat hasil tulisan berbeda. Pengarang yang menggunakan pulpen cenderung untuk menysusn pemikirannya terlebih dulu sebelum menuangkannya di kertas. Sedangkan pengaranga yang mengetik dengan komputer cenderung langsung mengetik di layar komputer segera sesudah gagasan muncul di kepala. Maka, *latent telic* dari pulpen dan komputer berbeda karena cenderung mengarahkan pengarang kepada gaya penulisan yang berlainan. Hal ini jelas bukan pandangan determinisme teknologi karena pengguna komputer juga mampu menghasilkan tulisan yang sama dengan ketika menggunakan pena. Namun, alat menyediakan syarat kemungkinan bagi gaya instrumental (*instrumental style*) melalui kecenderungan *latent telic*-nya. Lihat Lim (2008: 127-128).

[86] Perekam suara yang digunakan mahasiswa untuk merekam suara dosen ketika memberi kuliah, misalnya, merekam segala jenis bunyi tanpa memilih-milih suara mana yang dikehendaki. Alat itu merekam apa yang ada sehingga ada banyak sekali bunyi latar belakang, semisal bunyi batuk, bunyi kursi digeser, dan sebagainya. Namun, tanpa alat, telinga manusia akan berfokus pada suara dosen yang tengah berbicara dengan mengabaikan beragam bunyi lainnya. Contoh ini menunjukkan bahwa alat mempunyai intensionalitas yang berbada dengan manusia. Realisme dari alat mencerap segala-galanya dengan setara, sedangkan manusia menyeleksi apa yang bermakna dan ingin dicerap dengan ineranya. Lihat Lim (2008: 128-129).

[87] Sebagai contoh, Ihde mengemukakan bahwa teknologi mempunyai kecenderungan untuk mengarahkan arah gerak penelitian saintifik ke arah tertentu, alih-alih ke arah yang lain. Efek amplifikasi dan reduksi yang inheren dalam semua jenis alat, sebagaimana telah didiskusikan, terkait erat dengan konsep *latent telic* ini. Sebagai ilustrasi, karena ciri-ciri tertentu dari fenomena alamiah yang sebelumnya tidak pernah diketahui menjadi tampak setelah dimagnifikasi oleh teleskop atau mikroskop, hal ini melahirkan minat baru dalam riset ilmiah. Lihat Lim (2008: 124-126).

[88] Representasi adalah proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Representasi juga bisa berarti proses perubahan dari konsep-konsep ideologis yang abstrak ke dalam bentuk-bentuk yang kongkret. Jadi, pandangan-pandangan hidup seseorang tentang perempuan, anak-anak, atau laki-laki, misalnya, akan dengan mudah terlihat dari cara dia memberi hadiah ulang tahun kepada teman-temannya yang laki-laki, perempuan, dan anak-anak. Begitu juga dengan pandangan-pandangan hidup seseorang terhadap cinta, perang, dan lainnya akan tampak dari hal-hal yang praktis juga. Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film, fotografi, dsb. Menurut teoretikus kajian budaya Stuart Hall (1997), representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Lihat Nuraini Juliastuti, ”Representasi” (Newsletter *Kunci* No. 4, Maret 2000).

[89] Dalam tradisi antropologi Amerika Serikat juga terdapat mazhab teori yang disebut materialisme kebudayaan (*cultural materialism*) yang dikembangkan oleh antropolog Marvin Harris. Harris mempostulasikan bahwa mode produksi (teknologi subsistensi, hubungan tekno-lingkungan, ekosistem, pola-pola kerja) dan mode reproduksi (demografi, pola perkawinan, pengasuhan anak) masyarakat menentukan struktur sosial (ekonomi domestik, ekonomi politik, pendidikan, sistem politik) dan suprastruktur ideologi (estetika, filsafat, agama, epistemologi, ideologi). Lihat Saifuddin (2005: 233-279) dan Bohannan & Glazer (1988: 377-403).

[90] Dalam peradaban modern, sains dan teknologi berjalan bersama karena keduanya saling membutuhkan. Sains bergerak dalam wilayah teoretis, sedangkan teknologi bergerak dalam wilayah praksis. Teknologi dapat menyingkapkan apa yang berada di wilayah teoretis menjadi nyata, yakni membantu sains membuktikan teorinya. Di sisi lain, sains membantu mengarahkan perkembangan teknologi dengan perangkat teorinya. Lihat Lim (2008: 190).

[91] Sosiologi pengetahuan ilmiah atau sosiologi sains baru (pasca-Mertonian) adalah sosiologi sains yang tidak hanya mengkaji aspek institusional dalam sains, tetapi masuk ke dalam wilayah yang lebih dalam. Di sini pengetahuan ilmiah dijadikan obyek analisis sosial dalam upaya memahami sains sebagai konstruksi sosial—sesuatu yang tidak dilakukan oleh Merton dan para muridnya. Tokohnya, antara lain, adalah David Bloor, Bruno Latour, Steve Woolgar, dan Andrew Pickering. Ciri kuat dari sosiologi sains baru adalah penggunaan kerangka konstruktivisme yang menjelaskan produksi pengetahuan ilmiah.

Kerangka konstruktivisme dalam studi sains telah memicu konflik intelektual antara para saintis dan para sarjana studi sains. Penjelasan konstruktivisme sosial dianggap ancaman terhadap integritas, legitimasi, dan otonomi sains. Konstruktivisme, yang sering diasosiasikan sebagai relativisme, dianggap menafikan apa yang telah dicapai sains dalam memahami fenomena alam. Lihat Amir (2003).

[92] Rober K. Merton (lihat *Encyclopædia Britannica*, 2010) lahir pada 4 Juli 1910 di Philadelphia, Pennsylvania, AS, dan meninggal dunia pada 23 Februari 2003 di New York. Merton adalah sosiolog Amerika yang memiliki beragam minat riset dalam studi sosiologi (khususnya sosiologi teoretis). Tetapi, dalam variasi itu, hanya ada satu bidang spesial yang terus-menerus menarik perhatiannya, yakni sosiologi ilmu pengetahuan (*sociology of science*). Merton adalah sosok sentral dalam bidang ini dan dapat disebut sebagai bapak sosiologi sains. Setelah menyelesaikan studinya di Universitas Harvard pada tahun 1934 dengan disertasi yang menjadi buku berjudul *The Sociology of Science*, Merton langsung direkrut sebagai dosen di universitas tersebut. Buku itu sendiri menjelaskan relasi antara sains dan institusi sosial di mana sains itu berada. Tesis Merton mengatakan bahwa sains modern hanya dapat tumbuh dan berkembang dalam kondisi sosiokultural tertentu. Karya pertamanya sebagai dosen ialah *Science, Technology and Society in Seventeenth Century England* (1938), yang mengkaji hubungan antara pemikiran Puritan dan munculnya ilmu pengetahuan. Merton kemudian mengajar di Universitas Tulane (1939–41) dan selanjutnya di Universitas Columbia (1941) yang mengangkatnya sebagai profesor penuh pada 1947 dan kemudian menggelarinya dengan Giddings Professor of Sociology pada 1963. Pada 1957 Merton terpilih sebagai presiden organisasi American Sociological Society. Pada 1994 Merton menjadi sosiolog Amerika pertama yang mendapatkan penghargaan National Medal of Science.

Karir akademik Merton sangat panjang (lihat Ritzer, 2004: 138-139). Selama dasawarsa 1930-an Merton mengabdikan diri hampir sepenuhnya untuk konteks sosial dari sains dan teknologi, khususnya di Inggris abad ke 17, dan berfokus pada konsekuensi yang tak diharapkan (*unanticipated consequences*) dari aksi sosial purposis. Pada dasawarsa 1940-an, Merton banyak menmgkaji sumber-sumber sosial dari perilkau yang menyimpang, kerja birokrasi, persuasi massa, dan komunikasi dalam masyarakat modern yang kompleks, serta peran intelektual, baik di dalam maupun di luar birokrasi. Pada 1950-an, Merton memusatkan perhatian pada pengembangan teori sosiologi tentang unit dasar dari struktur sosial: peran dan status serta model peran yang dipilih untuk ditiru dan sebagai sumber nilai yang diadopsi sebagai basis untuk penilaian diri (ini kemudian disebut sebagai "teori kelompok referensi"). Bersama George Reader dan Patricia Kendall, Merton juga melakukan studi sosiologi berskala besar untuk pendidikan medis, dengan tujuan mencari tahu bagaimana berbagai ragam dokter disosialisasikan dalam sekolah pengobatan yang sama, dan ini dikaitkan dengan karekter profesi sebagai tipe studi pekerjaan. Pada 1960-an dan 1970-an Merton kembali mengkaji secara intensif struktur sosial dari sains dan interaksinya dengan struktur kognitif, yang selama dua dasawarsa ini akhirnya menjadi matang. Selama periode itu, Merton menulis sejumlah buku, yakni *On the Shoulders of Giants* (1965), *On Theoretical Sociology* (1967), *Social Theory and Functional Analysis* (1969), *The Sociology of Science* (1973), dan *Social Ambivalence and Other Essays* (1976) Melalui studi-studi tersebut, orientasi primer Merton adalah menuju koneksi antara teori sosiologi, metode penelitian, dan riset empiris substantif.

Selama karirnya yang panjang itu, hampir sepertiga abad lamanya Merton bekerja sama secara erat dengan Paul F. Lazarsfeld di Bureau of Applied Social Research, Universitas Columbia, sejak 1941 hingga Lazarfeld meninggal dunia pada 1976. Kolaborasi dengan Lazarfeld telah mendorong Merton melakukan penelitian-penelitian sosiologi empiris yang mengombinasikan metodologi riset kuantitatif dan riset kualitatif. Riset-riset sosiologi empiris itu pada gilirannya kemudian memperkuat standar pelatihan bagi ilmu-ilmu sosial (*Encyclopædia Britannica*, 2010).

Khusus dalam bidang sosiologi sains, hingga dasawarsa 1970-an, paradigma Mertonian mendominasi perkembangan sosiologi sains. Gagasan besar dalam sosiologi sains Mertonian dapat dirangkum dalam norma sains (*norms of science*) yang terdiri atas empat nilai fundamental yang membentuk etos sains (lihat Amir, 2003). Pertama universalisme, yakni kepercayaan bahwa klaim kebenaran lepas dari kriteria personal seperti ras, kebangsaan, atau agama. Kedua komunisme (bukan dalam makna ideologi), yakni setiap penemuan dalam sains menjadi milik bersama dalam komunitas sains tersebut. Ketiga ketiadaan kepentingan, yakni pengetahuan bersifat bebas nilai dan kepentingan. Keempat skeptisisme yang terorganisasi, yakni bahwa perkembangan pengetahuan muncul dari sikap skeptis kolektif para saintis terhadap setiap pemahaman atas fenomena alam. Sosiologi sains Mertonian berlandaskan pada satu asumsi bahwa sifat dan perkembangan sains ditentukan oleh faktor sosial dan faktor imanen (perkembangan logika dalam sains). Dari norma sains dalam sosiologi sains Mertonian

itu, tampak bahwa pengetahuan ilmiah masih lepas dari analisis sosial. Belakangan norma sains Mertonian mendapat kritik tajam karena keempat norma tersebut tidak lebih dari representasi ideologi sains itu sendiri.

[93] Empat jenis elemen budaya yang membentuk sistem pengetahuan adalah: (1) alam tidak bersifat seragam (*uniformly organized*) sehingga regularitas alam yang berbeda yang dialami oleh sistem kebudayaan yang berbeda lokasi akan menghasilkan sistem pengetahuan yang berbeda pula; (2) bentuk kepentingan sosial berbeda dalam setiap sistem budaya sehingga pola pengetahuan yang dihasilkannya pun berbeda; (3) sistem budaya membentuk wacana dalam proses produksi pengetahuan yang selanjutnya memengaruhi cara pandang dan pola intervensi masyarakat dalam sistem budaya tersebut; dan (4) bentuk-bentuk organisasi sosial dalam penelitian ilmiah yang berbeda secara kultural akan memengaruhi isi dari sistem pengetahuan. Temuan Harding ini mengindikasikan bahwa sains dikonstruksi melalui budaya. Artinya, wacana sistem pengetahuan tidak pernah lepas dari konteks budaya di mana sistem pengetahuan tersebut berada. Lihat Amir (2003).

[94] Bandingkan istilah "teknokultur" ini dengan istilah yang diusulkan oleh J. MacGregor Wise, dalam artikel "Technological Culture" (2006, h. 1), "*I propose the term technological culture as an alternative to the phrase culture and technology; the latter phrase maintains the distinction between the two, while the former begins to eradicate it.*"

[95] Berikut adalah beberapa universitas yang telah menyelenggarakan program teknokultur. Universitas California-Davis, Amerika Serikat (AS) membuka program studi Technocultural Studies (http://technoculture.ucdavis.edu). Dalam laman websitenya disebutkan: "*The Program in Technocultural Studies (TCS) ... concentrate on transdisciplinary approaches to artistic, cultural and scholarly production in contemporary media and digital arts, community media, and mutual concerns of the arts with the scientific and technological disciplines. Technocultural Studies is interdisciplinary in nature, ... at the intersection of the arts, humanities, technology and science. Technocultural Studies integrates the latest research in cultural history and theory with innovative hands-on production in digital media and 'low-tech'*".

Universitas Western Ontario (lihat www.uwo.ca), Kanada, juga menyelenggarakan program sarjana dalam bidang Media, Information and Technoculture (MIT Program) pada Faculty of Information and Media Studies (FIMS) Tujuan program MIT adalah "*to offer critical, interdisciplinary analysis of the institutions, practices, and cultural meanings associated with technologies of communication, information, knowledge, learning, and entertainment*".

Selain itu, Universitas Georgetown, AS, menawarkan mata kuliah *Technoculture: from Frankenstein to Cyberpunk* pada program Communications, Culture and Technology. Technoculture from Frankenstein to Cyberpunk (lihat www.georgetown.edu) yang diasuh oleh Martin Irvine. Dalam silabus kuliah tersebut, Irvine menulis: *"... the worldwide technological revolution of our own era--the digital, networked, information age-- provides a context for a retrospective analysis of the cultural meaning of technology. [...] Our theme is the social reception and representation of technology in literature and popular culture from the Romantic era (early 19th century) to the present. We will analyze and critique some dominant themes and forms of representation in fiction, film, and video from Mary Shelley's Frankenstein to the contemporary fantasy of the cyborg and Neal Stephenson's Snow Crash. [...] Our studies will include all media, including film, TV, and recent video animation and Web 'zines.The focus will be mainly on American culture and the way in which machines, computers, and the body have been imagined. We will draw on a variety of historical and theoretical sources to conduct a cultural archaeology of current discourse on, and media representations of, the Internet and the cyborg.*"

Mata kuliah "Technoculture" juga ditawarkan di Anglia Ruskin University. Dalam, silabusnya, Dr Joss Hands, pengasuh mata kuliah tersebut, menulis bahwa tujuannya adalah untuk mengeksplorasi "*the complex relationship between technological development and cultural change. It explores this relationship through a range of theoretical perspectives and cultural artefacts. For example: the role of science fiction in forming our technological imaginary; the impact of cyberspace on our conceptions of time, space and subjectivity; the relationship between military technology and video gaming; postmodern conceptions of the urban environment and its interrelationship with fiction and fantasy; the potential for bio-technologies to re-order the biological world. ... Artefacts from various media such as television, fiction, performance and video games are explored in order to generate epistemological and ontological questions regarding the world as representation and the world as cultural artefact, simulacrum or chaotic system.*"

Selain itu, sudah ada sejumlah publikasi ilmiah yang menggunakan istilah "teknokultur" sebagai judulnya. Lelia Green menulis sebuah pengantar yang cukup komprehensif mengenai relasi yang kompleks antara teknologi, komunikasi, budaya, dan masyarakat dalam *Technoculture: From Alphabet to Cybersex* (2001). Simon Cooper menulis *Technoculture and Critical Theory: In the Service of the Machine?* (2002). Pada Oktober tahun ini juga terbit jurnal ilmiah *online* (http://tcjournal.org) bertajuk *Technoculture* yang terbit setahun sekali.

[96] Jauh sebelum Penley dan Ross menulis *Technoculture* (1991), Michel Menser dan Stanley Aronomits dalam *Techno-Science and Cyber Culture* [1966] telah lebih dahulu mengemukakan bahwa kesadaran tentang adanya hubungan yang mendalam antara teknologi dan budaya menyadarkan manusia bahwa "teknologi tidak terpisah dari manusia" (lihat Lubis, 2006: 158). Sedangakan pengertian mengenai teknologi sebagai suatu praktik kebudayaan (*cultural practices*) telah jauh lebih dulu dijelaskan oleh Walter Benjamin dalam artikelnya, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction" (1939, dalam Setyaningrum, 2007: 2). Karya Benjamin secara garis besar menjelaskan bagaimana transformasi di dalam konsepsi dan relasi antara self (kesadaran/entitas diri) dengan realitas dimaterikan melalui reproduksi mekanis dan disimbolisasikan melalui kamera. Perubahan lingkungan sosial ekonomi masyarakat industri telah memungkinkan berlangsungnya produksi massa dan inovasi teknologi sehingga mengambil ruang yang lebih luas lagi di dalam praktik dan media kesenian. Walaupun, menurutnya pada gilirannya, proses ini memisahkan seni ritual-tradisional sehingga memiliki muatan nilai yang baru dan memiliki nilai ekonomis dalam pasar yang khusus/terbatas. Argumen Benjamin yang paling mendasar menyatakan bahwa reproduksi mekanis secara definitif "tak dapat didefinisikan sebagai reproduksi otentisitas" Menurutnya, reproduksi mekanis memungkinkan "emansipasi pengkaryaan seni tidak lagi semata-mata tergantung pada praktik ritual tradisional". Dengan kata lain, Benjamin menandai lokasi penting di dalam transformasi budaya yang melibatkan peran teknologi yang mengubah praktik sosial, ekonomi dan politik, yakni munculnya "massa" (*masses*) dan gerakan-gerakan massa (*mass movements*). Reproduksi mekanis memungkinkan aktor (manusia sebagai pencetus gagasan dan penghasil karya atau wujud budaya) memiliki publik yang tak terbatas.

[97] Bandingkan konsep "teknokultur" ini dengan konsep "budaya bendawi" (*material culture*). Richardson (1974, dikutip Leeds-Hurwitz, 1993: 81), mendefinisikan *material culture* sebagai '*the vehicle through which social structures and cultural categories achieve existence*'. Sedangkan Dwyer (1975, *ibid.*) mengartikan *material culture* sebagai '*the product and residue of the thoughts and behavior of its (a society's) member*'. Lebih rinci, Bronner (1985, *ibid.*: 80) memberikan gambaran tentang apa saja yang dapat tercakup dalam definisi *material culture* ini: "*A craft, a house, a food, that comes from one's hands or heart, one's shared experience with other people in community, one's learned ideas and symbols, visibly connects persons and groups to society and to the material reality around them. That interconnection is material culture. Material culture is made up of tangible things crafted, shaped, altered, and used across time and across space. It is inherently personal and social, mental and physical. It is art, architecture, food, clothing, an furnishing. But more so, it is the weave of these objects in the everyday lives of individuals and communities*."

[98] Kecenderungan ini tercermin dari sejumlah publikasi akademis mengenai teknokultur. Misalnya, Andrew Ross (*Strange Weather: Culture, Science and Technology in the Age of Limit*, 1991) mendefinisikan teknokultur sebagai "*a circuit of cultural practices touched by advanced technology*"; artikel Donna Harraway, "A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology, and Socialist Feminism in the 1980s", dalam Martin-Alcoff dan Mendieta (ed.) *Identities: Race, Class, Gender and Nationality* (Blackwell Publishing, 2003); Bill Nichols, "The Work of Culture in the Age of Cybernetic Systems", dalam John Thorton Caldwell (ed.), *Electronic Media and Technoculture*, (Rutgers University Press, 2000).

[99] Sistem sibernetika (*cybernetic*) meliputi seluruh rangkaian mesin dan piranti-piranti yang mengisi dan menggerakkan kemampuan komputasi. Sistem semacam ini bersifat dinamis bahkan jika sekalipun bersifat terbatas, memiliki kemampuan kecerdasan tinggi. Jaringan telpon, komunikasi satelit, sistem radar, *video compact disk* yang dapat diprogram, robot, rekayasa sel-sel biogenetik, sistem pengaturan roket, jaringan internet, seluruhnya yang mampu digerakkan melalui kinerja komputasi yang berisikan kapasitas untuk memproses informasi dan mengambil (mengeksekusi) tindakan. Seluruh piranti

teknologi itu dapat disebut sebagai sibernetika dikarenakan keseluruhan proses teknologinya meliputi kemampuan mekanisme mengatur dirinya sendiri. Lihat Setyaningrum (2007).

[100] Benda-benda yang umum dijumpai dalam kehidupan sehari-hari seperti sepatu, pakaian, telepon seluler, peralatan memasak dan makan, perkakas rumah tangga, semua itu adalah objek teknis (*technical object*). Benda-benda tersebut merupakan hasil dari objektivasi atau materialisasi kehendak dan pengetahuan (teknis) manusia sebagai perancang dan pemanufaktur. Objek teknis mencakup semua artefak material yang difabrikasi oleh manusia. Tetapi tidak semua artefak material adalah objek teknis, mislanya buku ajar, puisi, novel. Sebuah artefak material dikategorikan sebagai objek teknis jika sifat-sifat fisisnya yang spesifik terkait erat dengan fungsi yang dimaksudkan oleh pembuatnya. Lihat Yuliar (2009: 24).

[101] Klaim bahwa artefak "merefleksikan" masyarakat penggunanya disanggah oleh para eksponen ANT seperti Bruno Latour, Michael Callon, John Law. Menurut mereka, dalam berbagai situasi praktis objek-objek teknis itu bukan merefleksikan, tetapi men-*translasi*-kan, yakni menjalankan sebuah program aksi yang mengkoordinasikan jaringan peran-peran yang melibatkan mesin-mesin dan manusia-manusia (Yuliar, 2009: 79). Namun, mereka bertolak dari perspektif ilmu sosial. Dari sudut ilmu budaya, klaim tersebut dapat diterima dengan alasan bahwa manusia adalah makhluk yang menciptakan makna (*animal simbolicum*), dan cara manusia mengekspresikan makna membutuhkan medium, termasuk artefak-artefak. Jika artefak adalah medium atau wahana bagi makna, tentu ia bisa merefleksikan makna yang dikonstruksi oleh masyarakat penggunanya. Mengutip argumen Glassic (1991, dalam Leeds-Hurwitz, 1993: 81), "*The artefact is as direct an expression, as true to the mind, as dear to the soul, as language, and, what is more, it bodies forth feelings, thoughts, and experiences elusive to language*". Dalam perspektif arkeologis, hampir selalu dikemukakan argumen pentingnya mengkaji *material culture* (baca: artefak) karena ia merefleksikan masyarakat pembuat dan penggunanya. Seperti dikatakan Prown (1988, dalam Beaudry, Cook, dan Mrozowsky, 1996), "*The underlying premise (of material culture study) is that objects made or modified by man reflect, consciously or unconsciously, directly or undirectly, the beliefs of the individuals who made, commissioned, purchased, or used them and, by extension, the beliefs of the larger society to which they belonged*" (h. 272).

[102]Lelia Green dalam *Technoculture: From Alphabet to Cybersex* (2001), misalnya, mengemukakan pendiriannya bahwa teknologi itu sejatinya tidak pernah netral, ia terkait erat dengan budaya, masyarakat, dan kebijakan pemerintah.

[103] Dalam *Merriam-Webster's 11th Collegiate Dictionary* (2003), kata kerja "*transform*" memiliki arti: (a) *to change in composition or structure*; (b) *to change the outward form or appearance of*; (c) *to change in character or condition*.

[104] Sebagai contoh, perspektif teoretik ANT, yang merupakan salah satu mazhab teori yang penting dalam tradisi studi STS, mempostulasikan bahwa di antara manusia dan objek teknologi berlangsung proses translasi dalam bentuk desain dan konstruksi di satu sisi, dan proses pembelajaran melalui pembuatan dan penggunaan di sisi lain. Melalui desain dan konstruksi seta pembelajaran itulah objek teknologi berubah, dan manusia juga berubah). Melalui proses pembelajaran itulah nilai-nilai kemanusiaan diterapkan di ranah teknologi. Teknologi ditata kelola agar tidak mengukuhkan relasi-relasi sosial yang otoriter maupun hierarkis, dan teknologi sebaiknya selaras dengan prinsip-prinsip kesetaraan dan keadilan sosial. Lihat Yuliar (2009: 127); lihat juga Syahrie (2009).

[105] Ciri khas kajian budaya adalah perspektifnya yang melihat (praktik) kebudayaan selalu dalam konteks relasinya dengan kekuasaan (seperti kuasa kapitalisme sebagai sistem ekonomi). Oleh sebab itu, kajian budaya adalah studi yang selalu terlibat dalam praksis karena bukan hanya bertujuan memahami realitas sosiokultural, tetapi juga bermaksud terlibat dalam upaya mengubah struktur dominasi, struktur sosial yang menindas, khususnya dalam masyarakat kapitalis-industrial. Lihat Sardar & Loon (2001: 9) dan Lubis (2006: 146). Paparan lebih rinci mengenai kajian budaya ini dapat dibaca pada Bab 8 buku ini.

[106] Asumsi-asumsi dasar penelitian ilmu-ilmu alam, seperti yang diringkas Hardiman (2003: 22-23), adalah sebagai berikut. *Pertama*, seorang ahli fisika, biologi, atau kimia mengamati benda jatuh, sel, atau larutan asam di laboratoriumnya dengan sikap berjarak, menghadapi proses-proses alamiah itu sebagao objek belaka. Peneliti ini mengambil sikap distansi penuh. *Kedua*, dengan distansi penuh, ia

harus menghadapi objeknya itu sebagai "fakta netral", yaitu data yang bersih dari unsur-unsur subjektifnya, seperti keinginan-keinginan, mimpi, nafsu, penilaian-penilaian moral, dan seterusnya. Dengan jalan itu, *ketiga*, ia dapat memanipulasi objeknya dalam eksperimen untuk menemukan pengetahuan menurut model "sebab-akibat". *Keempat*, hasil manipulasi adalah sebuah pengetahuan tentang hukum-hukum yang niscaya. Misalnya, jika air dipanaskan sampai 100ºC, maka air akan mendidih, jika gen "A" dipasangkan dengan gen "M" jadilah organisme "P", dan seterusnya. Rumusan-rumusan linguistis macam itu disebut rumusan deduktif-nomologis (*bila…, maka*) dan tak lain dari bagian hukum-hukum alam. *Kelima*, teori yang dihasilkan merupakan sebuah pengetahuan yang bebas dari kepentingan (*disinterseted*), dapat diterapkan secara instrumental, secara universal.

Semua asumsi itu (distansi penuh, netralitas, manipulasi, hukum-hukum bebas kepentingan, universal, instrumental) oleh positivisme diterapkan pada penelitian sosial, hanya sekarang objeknya bukan tikus putih, asam amino, mesin, sel, dan sebagaianya, melainkan kenyataan sosial. Ilmu-ilmu sosial yang dihasilkan diyakini sebagai potret tentang fakta sosial yang biasa dikenal dengan istilah "bebas nilai" (*value-free*), yaitu tak mengandung interpretasi subjektif dari penelitinya. Siapa pun dia, asal memenuhi prosedur penelitian ilmiah, tak memengaruhi pengetahuan yang dihasilkannya, sebab bersifat universal dan instrumental. Dengan mengkuantifikasi data dan mencapai perumusan deduktif-nomologis, ilmu-ilmu sosial lalu bertujuan untuk meramalkan dan mengendalikan proses-proses sosial. Dengan cara ini, ilmu-ilmu sosial dapat membantu terciptanya susunan masyarakat yang rasional.

[107] Perbedaan objek antara ilmu-ilmu alam dan ilmu-imu sosial-kemanusiaan tersebut mengasumsikan diperlukannya basis epistemologis maupun pendekatan metodologis yang berbeda pula. Pada titik inilah muncul permasalahan karena ada banyak kalangan ilmuwan yang berpendirian bahwa bahwa metode ilmu-ilmu alam dapat diterapkan secara simetris pada realitas sosial yang menjadi wilayah kajian ilmu-ilmu sosial-kemanusiaan. Problem ini disebut positivisme. Namun, problem positivisme relatif tidak dipersoalkan sepanjang abad ke-19, yakni periode penting yang ditandai oleh kelahiran dan perkembangan awal ilmu-ilmu sosial-humaniora. Baru pada pertengahan abad ke-20, dengan dipelopori oleh sekelompok filsuf yang dikenal dengan sebutan Mazhab Frankfurt, muncul usaha-usaha untuk memperlihatkan bahwa positivisme dalam ilmu-ilmu sosial sungguh merupakan masalah, bukan hanya bagi ilmu pengetahuan, melainkan juga sosial dan praktis. Kritik dari Mazhab Frankfurt ini kemudian memicu perdebatan di kalangan ilmuwan sosial-humaniora, tetapi sekaligus juga makin mengukuhkan kritik terhadap positivisme.

Jurgen Habermas, salah seorang pemikir terkemuka kontemporer dari Mazhab Frankfurt, mengatakan bahwa positivisme telah menggantikan pengetahuan reflektif (*reflexionwissen*) untuk memahami secara timbal-balik dengan pengetahuan untuk menguasai (*verfuegungwissen*). Inti dari kritik Habermas itu adalah bahwa apa yang dianggap sebagai ciri umum cara berpikir ilmiah sesungguhnya berasal dari sebuah klaim validitas universal dari ilmu-ilmu pengetahuan alam yang pada gilirannya sangat membantu dalam menyebarkan ideologi masyarakat industri. Dengan berpegang pada epistemologi Habermas, maka klaim tersebut sesungguhnya amat didukung oleh universalisasi kepentingan-kepentingan teknis. Secara tidak langsung ini berarti membenarkan ideologi industri yang berorientasi pada penguasaan serta kontrol teknis atas alam dan masyarakat (Kleden, 1987: 4). Bias industri, teknologi, dan ilmu-ilmu alam dalam klaim validitas universal yang telah ditegaskan oleh para filsuf dan sosiolog dari Mazhab Frankfrut (khususnya Habermas) tersebut memperlihatkan dengan jelas hubungan antara kepentingan (atau ideologi) dan ilmu pengetahuan serta sifat niscaya dari hubungan tersebut. Apa yang dianggap sebagai ciri umum cara berpikir ilmiah sesungguhnya berasal dari sebuah klaim validitas universal dari ilmu-ilmu pengetahuan alam yang pada gilirannya sangat membantu dalam menyebarkan ideologi masyarakat industri. Dengan berpegang pada epistemologi Habermas, maka klaim tersebut sesungguhnya amat didukung oleh universalisasi kepentingan-kepentingan teknis. Secara tidak langsung ini berarti membenarkan ideologi industri yang berorientasi pada penguasaan serta kontrol teknis atas alam dan masyarakat (*ibid.*: 4-5).

Dalam konteks Indonesia, beberapa ilmuwan lokal juga sudah menulis problem positivisme ini, antara lain F. Budi Hardiman (2003), A. Fedyani Saifuddin (2005, Bab 8 dan Bab 10), dan Akhyar Y. Lubis (2006, Bagian Pertama). Hardiman (2003: 5), misalnya, menyatakan bahwa riset dalam ilmu-ilmu sosial dan kemanusiaan dalam masyarakat Indonesia masih lazim menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan yang mencari "objektivitas" dan "kebebasan nilai" ini banyak dipengaruhi oleh metode-metode ilmu alam yang memang terbukti sukses diterapkan dalam bentuk teknologi modern. Sementara di Barat sendiri, tempat asal perkembangan ilmu-ilmu tersebut, sudah sejak abad ke-19 positivisme

dalam ilmu-ilmu sosial dianggap tidak memadai untuk memahami manusia dan masyarakat. Bahkan, orang mengkritik positivisme sebagai akar dehumanisasi dan dominasi totaliter modern.

Demikianlah, dengan mengasumsikan bahwa perbedaan objek yang diamati berimplikasi pada perbedaan basis epistemologis maupun pendekatan metodologis yang digunakan, maka pendekatan terbaik bagi ilmu-ilmu sosial-humaniora adalah pendekatan interpretivisme atau apa yang oleh Dilthey disebut pemahaman (*verstehen*). Sebab, yang ditemukan di wilayah ini bukanlah hubungan-hubungan kausal yang bersifat niscaya belaka, melainkan makna. Pendekatan ini berpendirian bahwa sasaran sentral dari kajian sosial adalah interpretasi dari praktik-praktik manusia yang bermakna. Pendekatan ini membedakan antara eksplanasi dan pemahaman. Eksplanasi berarti mengidentifikasi sebab-musabab umum dari suatu kejadian; sedangkan pemahaman adalah menemukan makna suatu kejadian atau praktik sosial dalam konteks sosial tertentu.

[108] Barangkali krisis ilmu sosial itu justru disebabkan oleh hakikat dari pengkajian sosial itu sendiri. Konsepsi ilmu-ilmu mengenai manusia (humaniora) yang tampaknya ditakdirkan harus mengikuti jalan pemikiran penelitian ilmu alamiah modern adalah akar terjadinya krisis ini. Kegagalan ilmu sosial untuk mencapai kemampuan eksplanasi seperti ilmu alamiah adalah karena sejak awal pemebentukannya ilmu sosial telah demikian kuat berkeinginan untuk mencapai sifat "kepastian" seperti ilmu-ilmu alamiah itu. Lebih jauh, tokoh-tokoh pembentuk ilmu-ilmu sosial, khususnya antroplogi dan sosiologi, justru berasal dari kalangan ilmu-ilmu alamiah seperti Carl Hempel, Karl Popper, David Papinaeu, Paul Sartre, Herbert Spencer, Charles Darwin, Emile Durkheim, A.R. Radcliffe-Brown, Bronislaw Malinowski. Lihat Saifuddin (2005: 285-286).

[109] Kritik terhadap penerapan paradigma positivisme atas ilmu-ilmu sosial-humaniora telah sering ditegaskan oleh para ahli filsafat sejak setidaknya pertengahan abad ke-20. Ricardo Waizbort, dalam "Objectivity in Social Science: Toward a Hermeneutical Evolutionary Theory" (*Philosophy of the Social Sciences* 2004 [34]), mengungkapkan hal ini: "*Gadamer and Habermas consider that ... interpretative methodology, which would include Dilthey, Weber, and Schütz, encompasses all types of positions that affirm the meaningful and intentional character of human action and reject the positivist idea of discoverable covering-laws of behavior, capable of explanation on the model of the natural sciences*" (h. 154).

[110] Karakter historis paradigma interpretivisme, serta metodenya yang tidak dimaksudkan untuk membangun generalisasi, ditegaskan olrh Ricardo Waizbort, dalam "Objectivity in Social Science: Toward a Hermeneutical Evolutionary Theory" (*Philosophy of the Social Sciences* 34 [2004]). Waizbort menyatakan, "*by studying especially historical contexts, inner lives, books, texts, and artistic and nonartistic artifacts, the interpreter can grasp the subjective meaning of his objects. By considering social facts as things, historical and social methods are not generalizations from experience but the reconstruction of culturally specific values and beliefs, feelings, and intentions, in a word, the reconstruction of historical or cultural meanings*" (h. 154).

[111] Miles Richardson (1984) berpendapat bahwa ilmu kemanusiaan tidak harus melihat kepada ilmu-ilmu alamiah demi membangun model prediktif, melainkan melihat kepada humanitas untuk membangun pendekatan interpretif. Richardson berkeyakinan bahwa interpretivisme Gertzian mampu mengombinasikan konsep kebudayaan sebagai simbol dengan konsep kebudayaan sebagai interaksi sosial. Lihat Saifuddin (2005: 298).

[112] Dalam menyimpulkan antropologi Geertz sebagai "interpretif dan humanistik", masalah makna adalah esensial dan merupakan bagian dari masalah pemahaman dalam ilmu sosial. Hal ini berbeda dengan pandangan ilmu pengetahuan yang positivistik maupun pandangan antropologi tradisional. Positivisme, suatu pendekatan filosofis untuk memahami dunia yang berkembang sejak abad ke-19, adalah suatu pendekatan mengenai pengetahuan yang berbasiskan persepsi dan logika yang masuk akal. Pandangan antropologi tradisional adalah bahwa jika sesorang ingin memahami kebudayaan dari suatu masyarakat lain, ia harus memainkan peranan sebagaimana yang dilakukan oleh masyarakat lain tersebut. Geertz menegaskan tentang pentingnya pandangan "*native*" (makna dalam alam pikiran informan) sebagai satu jalan bagi pemahaman antropologi. Tetapi, Geertz juga bergerak keluar dari sini untuk menambahkan pandangan interpretif (makna yang dikonstruksi oleh pengamat) yang terkait dengan hermeneutika. Dalam pandangan ini, interpretasi dirakit, suatu versi dari suatu teks, pembicaraan, atau tindakan yang dibandingkan satu sama lain, suatu perangkat persepsi yang

diperbandingkan satu sama lain. Persepsi dan pengetahuan pengamat dipadukan dengan dengan persepsi dan pengetahuan *native*. Lihat Saifuddin (2005: 301-302).

[113] Hermeneutika dapat dianggap sebagai "tetangga" semiotika karena sama-sama mengkaji makna (dan budaya). Tetapi, tentu saja, terdapat perbedaan mendasar di antara keduanya. Dengan bertumpu pada teori semiotika Roland Barthes dan Charles S. Peirce, yang menjadi lebih eksplisit pada Umberto Eco (1976), dapat dilihat bahwa semiotika memberikan tempat yang sentral pada tanda. Sebagai ilmu yang mengkaji tanda, semiotika juga melihat tanda sebagai gejala budaya. Semiotika melihat kebudayaan sebagai "sistem pemaknaan" (*signifying system*). Bahkan, Eco, dalam *A Theory of Semiotics* (1976), mengatakan bahwa makna tanda adalah hasil suatu konvensi, suatu prinsip dalam kehidupan kebudayaan. Pendekatan semiotika mengaitkan tanda dengan kebudayaan, tetapi memberikan tempat yang sentral kepada tanda. Kalau pun yang diteliti itu teks, teks itu dilihat sebagai tanda. Kalau tanda itu mengalami proses pemaknaan, manusia (dan lingkungan historis dan sosiokulturalnya) tidak secara khusus ditonjolkan dalam analisis semiotis. Sedangkan pendekatan hermeneutika menempatkan penafsiran pada posisi sentral.

Pendekatan hermeneutika telah memperlihatkan bahwa kaitan makna teks dengan kebudayaan sangat erat, dan ini diperlihatkan secara terperinci dan eksplisit. Perangkat metodologi hermeneutika Paul Ricoeur bahkan telah menempatkan teks pada posisi sentral seperti semiotika menempatkan tanda pada posisi sentral pula. Namun, hermeneutika secara eksplisit memperhitungkan faktor-faktor yang menjadi lingkungan teks itu serta secara eksplisit memperhitungkan faktor diakronis (faktor-faktor historis dan kultural) untuk mendukung proses penafsiran. Hermeneutika itu sendiri sudah ada sebelum lahirnya semiotika, yakni merupakan "seni penafsiran" yang diterapkan dalam filologi, teologi, dan yurisprudensi. Hermeneutika kemudian dikembangkan sebagai pendekatan ilmiah dan dikenal dengan nama "hermeneutika modern" dengan tokoh-tokoh seperti Schleiermacher, Dilthey, Gadamer, Ricoeur, dan Habermas. Sebagai catatan, karya-karya Roland Barthes, khususnya *Mythologies* (1957), memang telah memberi batasan pengertian 'tanda' menjadi sangat luas, yakni ke arah konotasi, dan mempostulasikan bahwa konotasi yang makin mantap membentuk mitos, dan mitos yang makin mapan menjadi ideologi (ini berarti bahwa semiotika Barthesian menganggap proses penafsiran [pemaknaan] sebagai sangat esensial, seperti halnya hermeneutika). Namun, penjelasan ini memang saya maksudkan untuk menonjolkan perbedaan antara semiotika dan hermeneutika. Lihat Hoed (2008: 90).

[114] Heidegger [1927] menyatakan bahwa hermeneutika atau interpretasi adalah bentuk dasar dari keberadaan manusia. Interpretasi bukanlah alat, melainkan esensi dari manusia itu sendiri. Menurut Heidegger, pengetahuan bukanlah sesuatu yang dikonstruksi manusia dengan metode-metode yang berjarak dengan manusia dari apa yang akan diketahuinya. Heidegger yakin bahwa tidak ada jalan bagi subyek (pengama) untuk memisahkan dirinya dari objek (yang diamati). Dalam pandangan ini, pencarian pengetahuan dikondisikan oleh kebudayaan, konteks, dan sejarah (h. 301). Sedangkan Gadamer [1975] menegaskan bahwa kesadaran tidaklah netral secara historis, melainkan terus dibangun dan dibentuk oleh cara memandang, sikap-sikap, dan konsep-konsep yang terikat dalam bahasa manusia dan dalam norma-norma dan kebudayaan. Pengetahuan tak pernah bisa memberikan jalan bagi manusia atau muncul di luar kondisi manusia yang berbasiskan sejarah. Gadamer tidak percaya akan kemungkinan ilmu-ilmu sosial membawa manusia keluar konteks yang dibangun oleh kebudayaan ke suatu posisi di mana mereka dapat memandang segala sesuatu dalam diri mereka sendiri. Pandangan Geertz sejalan dengan Heidegger dan Gadamer. Dalam *The Interpretation of Culture* (1973), Geertz mengatakan bahwa gagasan, nilai-nilai, perilaku, bahkan emosi manusia adalah produk kebudayaan—dibangun di luar kecenderungan-kecenderungan, kapasitas, dan posisi yang dimiliki manusia ketika dilahirkan. Kebudayaan adalah sesuatu yang dibangun, dan terus dibangun. Geertz menyebut pendekatan hermeneutika Ricoeur sebagai pemikiran yang memengaruhi pendekatan interpretifnya. Ricoeur memandang peneliti ilmu sosial sebagai pembaca suatu teks. Lihat Saifuddin (2005: 301).

[115] Namun demikian, sebagaimana dikemukakan Harrington dalam *Hermeneutic Dialogue and Social Science: A Critique of Gadamer and Habermas*, "objektivitas" dalam paradigma interpretivisme mungkin untuk dicapai, meskipun objektivitas di sini tidak dalam pengertian "bebas nilai" sebagaimana yang dimaksudkan oleh paradigma positivisme. Harrington mengatakan: "*... objectivity in the social sciences is attainable. It does not mean that the interpreter should objectify his thematic human subject, the actors on the living stage of history, as if the actors were foreign to the own interpreter's mental nature. On the contrary, as historical actors and interpreters are made of the same mental and linguistic substance, it is*

possible to arrive at an understanding about the actors' actions and intentions in very different contexts. Of course, the interpreter is always motivated by values, interests, and beliefs, but .... that does not mean that the interpreter should not try to achieve impartiality" (h. 128).

[116] Menurut Ricoeur (2008), kendati pada awalanya hermeneutika hanya berkisar pada soal memahami dan menafsirkan teks, namun dalam perkembangannnya disiplin ini bergerak lebih jauh dengan memperluas pengertian "teks" dalam penelitian sosial menjadi mencakup seluruh fenomena sosio-kultural. Dengan demikian, seluruh tindakan manusia juga dapat dipahami sebgai teks. Sebab, bagaimanapun juga, amanat yang diemban ilmu-ilmu sosial adalah memperhatikan, menyelidiki, dan kemudian membuat kesimpulan tentang tindakan manusia, baik individu maupun kolektif, baik yang disaksikan langsung maupun yang terekam dalam sejarah. Recoeur menawarkan kerangka teoretis bahwa tindakan manusia bisa dan semestinya memang diselidiki dan dipahami sebagaimana prinsip-prinsip yang berlaku ketika seseorang menghadapi sebuah teks.

[117] Kant mengklaim bahwa manusia tidak memiliki *pemahaman* langsung ke dunia nyata. Kant yakin bahwa hanya konsep-konsep intelektual tertentu yang murni, seperti kemungkinan, eksistensi, kebutuhan, substansi, penyebab, waktu, dan tempat, yang memberikan kemampuan kepada manusia untuk memiliki alat deskriptif untuk memperoleh pengetahuan mengenai dunia luar. Seperti dikemukakan Kant, dalam mengetahui, bukanlah pikiran yang menyesuaikan diri dengan segala sesuatu, melainkan segala sesuatu yang menyesuaikan diri dengan pikiran. Lihat Saifuddin (2005: 292-293).

[118] Pendekatan interpretif menolak oposisi antara subjektivitas dan objektivitas. Pendekatan interpretif secara halus menolak klaim bahwa manusia bisa mereduksi dunia makna yang kompleks menjadi produk-produk kesadaran diri sendiri (*products of self consciousness*) dalam pemikiran filsafat tradisional. Melainkan, interpretasi dimulai dari postulat bahwa jejaring makna menunjukkan eksistensi manusia hingga batas tertentu yang tidak akan pernah dapat direduksi menjadi unsur-unsur yang didefinisikan terlebih dahulu. Dalam hal inilah dikatakan bahwa ilmu sosial interpretif dapat disebut sebagai titik balik ke dunia objektif, yang memandang dunia sebagai lingkaran makna yang di dalamnya manusia menemukan diri sendiri dan yang tak pernah manusia dapat melampauinya. Lihat Saifuddin (2005: 286).

[119] Simbol, seperti dikonsepkan oleh Saifuddin (2005: 290), adalah objek, kejadian, bunyi bicara, atau bentuk-bentuk tertulis yang diberi makna oleh manusia. Bentuk primer dari simbolisasi oleh manusia adalah melalui bahasa. Tetapi, manusia juga berlomunikasi dengan menggunakan tanda/simbol dalam lukisan, tarian, musik, arsitektur, mimik wajah, gerak-gerik, postur tubuh, perhiasan, pakaian, ritus, agama, kekerabatan, nasuinalitas, tata ruang, pemilikan barang, dan banyak lagi lainnya. Manusia dapat memberikan makna kepada setiap tindakan, kejadian, atau objek yang berkaitan dengan pikiran, gagasan, dan emosinya. Persepsi tentang penggunaan simbol atau tanda sebagai salah satu ciri signifikan manusia menjadi sasaran kajian yang penting dalam ranah ilmu-ilmu humaniora (*humanities*).

[120] Kode (*code*) adalah cara pengombinasian tanda yang disepakati secara sosial, untuk memungkinkan satu pesan sosial disampaikan dari seseorang kepada orang lain (lihat Piliang, 2008: 18). Atau, dalam kata-kata Sardar & Loon (2001: 10-12), tanda sering disusun sebagai kode, yang ditentukan oleh aturan-aturan implisit dan eksplisit yang disepakati oleh anggota suatu kebudayaan atau kelompok sosial. Sebuah sistem tanda bisa jadi membawa pesan dan makna yang disandikan, yang dapat dibaca oleh mereka yang mengerti kode tersebut.

[121] Konsep eksplanasi ilmiah dari Carl Hempel (*Aspect of Scientific Explanations and Other Essays in the Philosophy of Science*, 1976) secara ringkas adalah: (1) ilmu pengetahuan terdiri dari uapaya menemukan "hukum yang berlaku umum" untuk menjelaskan kejadian-kejadian; (2) pernyataan mengenai "hukum yang berlaku umum" yang bisa memiliki bentuk-bentuk logis yang berbeda, tetapi secara khas membangun generalisasi universal atas ranah-ranah tertentu kejadian-kejadian, misalnya, "semua gas mengembang karena dipanasi di bawah tekanan tetap"; (3) fungsi utama dari hukum yang berlaku umum adalah menghubungkan kejadiuan-kejadian dalam pola-pola, yang biasanya disebut sebagai "eksplanasi" dan "prediksi". Lihat Saifuddin (2005: 115).

[122] Dalam *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology* (1983), Geertz juga mengusulkan agar antropolog mengalihkan perhatian dari meneliti tanda dan simbol dalam ranah abstraksi ke penelitian tentang tanda dan simbol dalam habitat alamiahnya yang empirik—dunia

alamiah di mana manusia melihat, memberi nama, mendengar, dan membuat (lihat Saifuddin, 2005: 295). Ide ini menunjukkan ketidaksetujuan Geertz terhadap paradigma strukturalisme yang mengkaji sistem tanda/simbol hanya dalam konteks pikiran, tidak menjangkau sistem tanda dalam konteks sosial.

[123] Persoalan generalisasi—suatu tingkat kesimpulan yang diidam-idamkan oleh semua ilmu pengetahuan—menjadi penting (untuk dikritisi) karena banyak ilmuwan sosial yang terobsesi untuk mencapainya. Dalam upaya mencapai generalisasi ini, sebagian disiplin ilmu sosial yang lain menempuh jalan mereduksi fenomena sosial menjadi angka-angka statistik. Mereka mengemukakan bahwa cara statistik dan numerik menawarkan ruang lingkup yang lebih luas dan memungkinkan untuk membangun generalisasi. Tapi, reduksionisme cenderung hanya menggambarkan pola-pola dan struktur-struktur fenomena sosial daripada mengungkapkan proses sosial yang bermakna. Berdasarkan pengalamannya melakukan banyak riset etnografis-antropologis di Indonesia (khususnya Jawa), Geertz menegaskan bahwa argumen kuantitatif sangat menjebak. Bukan hanya angka-angka yang tidak dapat dipercaya, tetapi banyak argumen tersebut dibuat di kantor-kantor administratif atau oleh pihak-pihak lain lebih untuk tujuan retorika daripada analitis. Akibatnya, kompleksitas besar dari institusi-institusi dalam komunitas lokal Jawa yang historis mengenai ketidaksetaraan di pedesaan yang didasarkan pada pandangan sederhana tentang kepemilikan kerap kali tidak tertangkap, dan kesimpulan yang dihasilkan (dari riset kuantitatif itu) seringkali jadi menyesatkan. Walhasil, Geertz menyimpulkan, mereduksi struktur sosial pedesaan menjadi angka dan mengesampingkan faktor-faktor kebudayaan akan menghasilkan analisis yang salah kaprah, bukannya meningkatkan ketepatan. Lihat Saifuddin (2005: 318-319).

[124] Prinsip-prinsip epistemologi interpretivisme simbolik memiliki kesamaan dengan strukturalisme—meskipun lebih banyak perbedaan di antara keduanya. Pada tataran paradigma keduanya akhirnya menyentuh masalah hakikat manusia yang sama. Kedua paradigma pada akhirnya juga menawarkan analisis etik (perspektif pemikiran pengamat/peneliti), yakni interpretasi mengenai apa yang ada dalam pikiran informan/yang diamati (emik); kedua paradigma juga memulai analisisnya dengan pengkajian ranah mental emik. Sedangkan perbedaan-perbedaannya adalah bahwa strukturalisme lebih terkait dengan struktur pikiran manusia, sedangkan interpretivisme simbolik dengan signifikansi psikologis dan sosiobudaya dari makna. Ahli interpretivisme simbolik, berbeda dari strukturalis, menekankan bahwa konsistensi dan koherensi dari interpretasi mental etik mereka harus diuji dengan data mental emik dan perilaku etik. Baik strukturalis maupun interpretivisme simbolik menawarkan interpretasi ranah makna, akan tetapi, "makna" struktural adalah artefak dari metode yang digunakan, sedangkan "makna" interpretivisme simbolik adalah artefak dari kebudayaan yang dikaji.

Dalam kritik tersirat terhadap strukturalisme, Geertz mengatakan bahwa "tidak ada yang mendiskreditkan pendekatan semiotika mengenai kebudayaan lebih cepat daripada membiarkannya tergelincir ke dalam intuisionisme, tak soal betapa bagus dan halus intuisi itu diungkapkan". Oleh sebab itu, untuk membela diri dari kritik empiris, Geertz menyarankan, "apa saja, atau di mana saja, sistem-sistem simbol hadir, kita harus menemukan akses empiris dari sistem-sistem tersebut dengan cara mengkaji kejadian-kejadian". Strukturalisme dan antroplogi interpretif juga mengembangkan secara spesifik asumsi dan prinsip-prinsip ontologis dan epistemologis yang berbeda.

Pada tingkat paradigma, strukturalisme dan interpretivisme simbolik secara relatif tak setara. Bila strukturalisme bertujuan menemukan struktur kognitif universal yang dengan proses tersebut manusia memberikan makna kepada dan menghasilkan makna dari pengalaman mereka, maka interpretivisme simbolik berupaya menemukan proses budaya universal yang dengan proses tersebut manusia berbuat. Meski strukturalisme dan interpretivisme simbolik mengkaji masalah makna, keduanya mengembangkan pendekatan terhadap masalah tersebut secara berbeda. Dari sudut pandangan ilmiah, interpretasi interpretivisme simbolik lebih disukai daripada interpretasi strukturalis karena interpretivisme simbolik membutuhkan faktor-faktor eksternal untuk verifikasi. Lihat Saifuddin (2005: 305-306, 309).).

[125] Uraian yang lebih rinci mengenai dasar-dasar semiotika dapat dibaca dalam Barthes (1964 dan 2007a). Sudah ada pula beberapa buku pengantar mengenai semiotika dalam bahasa Indonesia, baik karya asli maupun terjemahan. Salah satunya—yang menurut saya paling baik—adalah karangan Hoed (2008). Buku lain adalah karya Zoest (1993) dan Cobley (2002). Buku semiotika berbahasa Indonesia lainnya antara lain adalah karya Hoed (2001), Masinambow dan Hidayat (penyunting) (2001),

Kurniawan (2001), St. Sunardi (2004), Christomy (2002) dan Christomy dan Yuwono (2004), (Eco (2009), Barthes (2007; 2009).

[126] Ferdinand de Saussure adalah warga negara Swiss, profesor ilmu bahasa pada Universitas Sorbonne (1881-1891) dan Universitas Jenewa (1891-1912) yang untuk pertama kali memberi landasan kepada lingusitik sebagai ilmu yang mandiri. Ia juga menyebutkan perlunya ada ilmu yang mempelajari "kehidupan tanda", yang disebutnya "semiologi". Bukunya yang terkenal berjudul *Cours de linguistique générale* (1915) berasal dari kuliah-kuliahnya yang dibukukan oleh dua mantan mahasiswanya, yaitu Charles Bally dan Robert Schechaye (keduanya profesor di Universitas Sorbonne, Paris). Lihat Hoed, 2008: 4).

[127] Sebagian besar mereka yang mendalami semiotika menganggap studi ini sebagai pendekatan atau suatu teori. Namun, ada juga yang menganggap semiotika sebagai ilmu karena sudah dapat menunjukkan dirinya sebagai disiplin yang mandiri, sudah memiliki perangkat metodologi yang diturunkan dari teorinya, sudah dapat menghasilkan sejumlah hipotesis, sudah dapat digunakan untuk melakukan prediksi (perkiraan), dan temuan-temuannya memberikan kemungkinan tentang dunia objektif (Danesi & Peron, dalam Hoed, 2005: 6).

[128] "Petanda" didefinisikan sebagai bukan "suatu hal", tetapi suatu representasi psikis dari "hal" itu. Karakter representatif ini merupakan ciri tetap dari tanda. Hakikat (*natura*) psikis petanda kata "*boeuf*" (Prancis: sapi), misalnya, bukanlah binatang *boeuf*, tetapi *image* psikisnya (hal ini menjadi sangat penting untuk mengikuti diskusi tentang natura tanda). Lihat Barthes, *Petualangan Semiologi* (2009: 11-89).

[129] Roland Barthes, dalam *Petualangan Semiologi* (2007: 11-89), mengatakan bahwa "penanda" adalah suatu mediator. Bagi penanda, materi harus ada. Di satu sisi, bagi penanda, materi itu tidak mencukupi, dan di sisi lain, dalam semiotika, petanda pun bisa juga digantikan oleh suatu materi tertentu: yaitu materi kata-kata. Materialitas penanda ini mengharuskan adanya pembedaan antara materi dan subtansi. Pada bagian lain buku itu (h. 294), Barthes mengatakan bahwa secara natural penanda (*signifiant*) suatu objek adalah unitas material; seperti halnya semua penanda yang terdapat pada sistem tanda manapun, yaitu warna-warna, bentuk-bentuknya, atribut-atributnya, aksesoris-aksesorisnya.

[130] Karena Saussure adalah seorang ahli bahasa (*linguist*), ia memahami pengertian bentuk (*form*) pun dari pandangan kebahasaan, yakni sebagai sesuatu yang abstrak, yang ada dalam kognisi manusia. Misalnya, bentuk *segitiga* dan *bundar* adalah sesuatu yang abtrak. Saussure berbicara tentang *concept* dan *image acoustique*. Jadi, untuk yang terakhir ini Saussure (1917) melihatnya sebagai "*empreinte psychique de ce son*" ["jejak psikis dari bunyi itu sendiri"]. Lihat Hoed (2008: 47).

[131] Semiotika struktural adalah sebutan bagi studi tanda yang dikembangkan oleh Ferdinand de Saussure yang melihat tanda sebagai pertemuan antara bentuk (yang tercitra dalam kognisi seseorang) dan makna (atau isi, yakni yang dipahami oleh manusia pemakai tanda). Dasar-dasar semiotika struktural adalah sebagai berikut ini. (1) Tanda adalah sesuatu yang terstruktur dalam kognisi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, (2) apabila manusia memandang suatu gejala budaya sebagai tanda, maka ia melihatnya sebagai sebuah struktur yang terdiri atas penanda (yakni bentuknya secara abstrak) yang dikaitkannya dengan petanda (yakni makna atau konsep). "Bentuk abstrak" dimaksudkan di sini sebagai citra yang terbentuk dalam kognisi pemakai tanda dari suatu bunyi, warna, bangun, atau hal lain yang ada dalam kehidupan manusia. Saussure menyebut penanda (*signifier*) sebagai "citra akustik" (*image acoustique*) karena ia berbicara tentang tanda dalam bahasa lisan. Sedangkan "struktur" didefinisikan sebagai bangun (abstrak) yang (dalam kognisi manusia) terbentuk dari sejumlah komponen yang satu sama lain mempunyai hubungan, dan yang sifatnya merupakan sebuah totalitas, dapat mengatur dirinya sendiri bial ada perubahan dalam hubungan di antara komponen-komponennya (otoregulatif), dan dapat bertransformasi (berubah bangun). Lihat Hoed (2008).

[132] Perkembangan-perkembangan teoretis mutakhir secara substansial telah mendefinisikan ulang konsep "teks". Menurut Cavallaro (2004: 109), segala sesuatu dapat dianggap sebagai teks: sandiwara dan piringan hitam, papan jaja (*billboard*), senapan dan busana, statistik dan patung, semuanya adalah, dalam cara-cara yang berbeda, teks: yaitu objek-objek dan data-data yang selalu terbuka bagi pembacaan dan interpretasi yang beragam. Watak terbuka ini menghruskan bahwa sebuah teks tidak dapat dipandang sebagai produk tertutup dan mandiri dari seorang pengarang tunggal. Sebagai proses,

teks sama sekali bukan entitas baku: teks tetap berubah dan meraih pengertian baru sesuai dengan bagaimana teks-teks tersebut diterima dan dipahami oleh pembacanya dan lingkungan budaya di mana teks tersebut diproduksi dan dikonsumsi. Secara etimologis, "*text*" dikaitkan dengan perajutan (dari bahas Latin *texere* = "merajut"). Ide bahwa teks tidak tertutup maupun bukan semata-mata milik satu orang menegaskan gagasan bahwa struktur hakiki teks dapat secara terus-menerus disusun maupun tidak disusun. Redefinisi ini adalah konsekuensi logis dari redefinisi konsep "bahasa" (dengan menekankan bahwa segala macam tanda dan simbol—tidak melulu "kata"—dapat dianggap sebagai bahasa) dan konsep "membaca" (dengan menunjukkan bahwa apa yang kita baca tidak hanya buku, surat kabar, dan sebagainya, tapi juga lingkungan budaya secara keseluruhan). Dengan demikian, konsep teks juga telah mengalami penilaian ulang yang sebanding. Sebagai perbandingan, Winfried Noth dalam *Handbook of Semiotics* (1990, dalam Hoed, 2008: 80) mengkonsepsikan ada dua pendekatan dasar pada teks: (1) teks sebagai pesan budaya [nonverbal], yakni semua gejala budaya seperti film, pertunjukan balet/tari, musik, upacara, atau pun pertunjukan sirkus; dan (2) teks sebagai pesan verbal yang membatasi teks hanya pada gejala kebahasaan.

[133] Salah satu sumbangan terpenting yang diberikan oleh teori kritis dan teori budaya dalam bidang bahasa dan interpretasi adalah redefinisinya terhadap konsep "membaca". Membaca kian dianggap sebagai fenomena kultural yang meluas. Membaca bukan semata-mata tindakan yang kita kerjakan ketika kita menyimak dengan teliti sebuah teks tertulius. Pada kenyataanya, membaca adalah sebuah proses di mana kita terlibat setiap saat, sebagaimana kita mencoba memahami dunia atau menafsirkan tanda-tanda yang mengelilingi kita. Dalam pandangan ini, membaca merupakan salah satu mekanisme paling vital di mana keberadaan sosial kita bergantung. Kita hanya dapat memahami (betapapun tentatif dan sementara) kehidupan dan lingkungan kita dengan tidak putus-putusnya membaca teks-teks yang disajikan oleh ruang dan tempat kita, oleh lingkungan historis kita, oleh proses-proses psikologis (sadar ataupun tidak sadar), dan tentu saja oleh kebanyakan citra yang diluncurkan oleh media. Lihat Cavallaro (2004: 89).

[134] Meski demikian, sebagaimana dinyatakan oleh Piliang (2003: 258), di dalam masyarakat informasi dewasa ini terjadi perubahan mendasar tentang bagaimana tanda dan *objek sebagai tanda* dipandang dan digunakan. Perubahan ini disebabkan, bahwa arus pertukaran tanda (*sign exchange*) atau objek dewasa ini tidak lagi berpusar di dalam satu komunitas tertutup, akan tetapi melibatkan persinggungan di antara berbagai komunitas, kebudayaan, dan ideologi. Filsuf pascamodern Jean Baudrillard di dalam berbagai karyanya mencoba melihat secara kritis kompleksitas penggunaan objek dan sistem objek (*the system of objects*) dalam konteks nilai tandanya (*sign value*) di dalam masyarakat kapitalis dewasa ini, yang merupakan sebuah bidang penelitian sendiri yang sangat kompleks. Untuk pemahaman yang lebih mendalam mengenai sistem objek dan sistem tanda pada komoditas di dalam masyarakat kapitalis, yang dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai relasi tanda dalam sistem ekonomi kapitalistik, lihat Jean Budrillard, *For a Critique of the Political Economy of the Sign* (1981) dan *The System of Objects* (1996).

[135] Teori lingusitik mengenai tanda ini punya dampaknya pada 1950-an dan 1960-an sebagai revolusi intelektual yang dikenal sebagai Strukturalisme yang memengaruhi antropologi, psikoanalisis, kritisisme sastra, Marxisme, dan banyak lagi yang lain; dan tetap vital bagi yang berikutnya, pos-strukturalisme Menurut Roman Jakobson, prinsip-prinsip yang mengatur sistem bahasa juga mengatur sistem komunikasi lain, seperti tulisan, film, dan mode. Roland Barthes mengembangkannya lebih jauh: cara orang berpakaian, apa yang ia makan, dan bagaimana ia bersosialisasi juga mengomunikasikan hal-hal mengenai diri orang itu, dan dengan demikian dapat dipelajari sebagai tanda. Para pengikut Saussure mengembangkan studi tentang tanda—semiotika—untuk memapankan sifat dasar tanda dan menjelaskan cara kerja tanda dalam kehidupan sosial. Lihat Sardar & Loon (2001: 10-12).

[136] Dalam "Mitos Dewasa Ini", yang merupakan esai terkahir dalam *Mythologies* (1972; edisi Prancis-nya 1957), Barthes mengolah lagi teori tanda dan penandaan Saussure. Bagaimanapun, Barthes memang tidak tertarik dengan tanda lingusitik *per se* setertariknya dia dengan penerapan lingustik terhadap tanda-tanda nonverbal yang ada dalam kehidupan sehari-hari (Jalasutra, 2007: xxxiv). "Mitos Dewasa Ini" secara retrospektif menjadi ikhtisar teoretis (sebuah pandangan menyeluruh, ringkasan, atau tinjauan) yang merupakan sistem metodologis dan teoretisnya sendiri, tetapi bukan sesuatu yang sentral bagi pemahaman dan apresiasi teks-teks (esai-esei) lainnya dalam *Mythologies*. (h. xxxii). Dalam "Mitos Dewasa Ini"

Barthes (2007: 300-301) menyatakan postulatnya tentang semiotika sebagai suatu hubungan antara dua terma, *penanda* dan *petanda*. Hubungan ini berkaitan dengan objek-objek yang termasuk ke dalam kategori-kategori yang berbeda, dan karena itulah hubungan ini tidak bersifat persamaan (*equality*) melainkan kesepadanan (*equivalence*). Namun, Barthes menambahkan, dalam setiap sistem semiotis terdapat terma ketiga, yaitu *tanda*. Jadi, terdapat tiga terma yang berbeda dalam setiap sistem semiotis: penanda, petanda, dan tand, yang berasosiasi dalam sebuah totalitas sistem penandaan. Sebagai contoh adalah seikat bunga. Barthes menganalisisnya seperti ini: "Saya menggunakannya untuk *menandakan* (*to signify*) gairah [romantik] saya. Dengan demikian, apakah di sini kita hanya memiliki satu penanda dan satu petanda, seikat mawar dan gairah saya? Bahkan tidak demikian: secara akurat, hanya terdapat seikat mawar yang "digairahkan". Tetapi pada bidang analisis, kita memiliki tiga terma; karena seikat mawar ini dimuati dengan gairah yang secara sempurna dan secara benar memungkinkan seikat mawar itu diuraikan menjadi seikat mawar dan gairah: terma yang pertama dan terma kedua itu eksis sebelum menyatu dan membentuk objek ketiga ini, yaitu tanda. Adalah benar ketika dikatakan bahwa seikat mawar itu tidak dapat dipisahkan dari pesan yang dibawanya" (Barthes, 2007: 3000-301).

[137] Signifikasi, menurut Barthes (2007: 46), bisa dikonsepkan sebagai suatu proses atau kerja semiotis. Signfikasi adalah tindakan yang menyatukan penanda dan petandanya, tindakan yang produknya adalah tanda. Bahwa penanda itu suatu mediator (yang bersifat material) dari petanda.

[138] Istilah Prancis "*langage*" ini bukan berarti "bahasa", melainkan menunjuk kepada sekumpulan gejala yang mencakup kaidah bahasa [*langue*] dan penggunaannya [*parole*] (lihat Barthes [2007: 427, catatan editor]). Tetapi, sebagaimana dijelaskan oleh Hoed (2008: 49-50) yang menafsirkan kata-kata Saussure sendiri dalam *Cours de Lingustique Generale* (1917), "*langage*" adalah bahasa sebagai gejala sosial. Dalam memahami bahasa sebagai alat komunikasi dan sebagai gejala sosial, Saussure melihat ada dua tataran yang berkaitan satu sama lain. Tataran pertama—pada tataran sosial atau lintas individu—adalah apa yang disebutnya "*langue*", yakni tataran konsep dan kaidah. Tataran di bawahnya adalah yang disebutnya "*parole*", yakni tataran praktik berbahasa dalam masyarakat (yang bisa berbeda antara satu individu dan individu lain). Menurut Saussure, *langue* (kaidah bahasa) menguasai *parole* (praktik berbahasa). Tanpa menguasai *langage* seseorang tidak dapat ikut serta mempraktikkan *langage* dalam masyarakat bahasa. Jadi, seseorang tidak dapat mempraktikkan *parole* bahasa Urdu kalau ia tidak menguasai dulu *langue* dari *langage* Urdu. Konsep *langue* dan *parole* ini dapat diterapkan pada gejala nonverbal. Contoh yang terkenal dari Saussure adalah permainan catur. Para pemain harus menguasai kaidah permainan tersebut (yakni *langue*), antara lain cara menjalankan setiap jenis bidak catur (misalnya "kuda" mengikuti gerakan "huruf L").Kaidah ini mengarahkan bagaimana pecatur harus menjalankan bidaknya, yaitu *parole*. Hubungan antara *langue* dan *parole* (sebagai bagian dari *langage*) adalah tak terpisahkan, berkaitan satu sama lain, sehingga membentuk sebuah struktur, yakni *langage*. Menurut Saussure, *langage* yang utama adalah bahasa lisan, yang merupakan objek kajian utama linguistik.

[139] Pemikiran Peirce ini disebut sebagai "semiotika pragmatis". Para pragmatis melihat tanda sebagai "sesuatu yang mewakili sesuatu". "Sesuatu" itu dapat berupa hal yang konkret (yang dapat ditangkap dengan pancaindera manusia), yang kemudian, melalui suatu proses, mewakili "sesuatu" yang ada di dalam kognisi manusia. Jadi, yang dilihat oleh Peirce, tanda bukanlah suatu struktur, melainkan suatu proses kognitif yang berasal dari apa yang dapat ditangkap oleh pancaindera. Dalam teorinya, "sesuatu" yang pertama—yang konkret—adalah suatu "perwakilan" yang disebut *representamen*, sedangkan "sesuatu" yang ada di dalam kognisi disebut *object*. Proses hubungan dari *representamen* ke *object* disebut *semiosis*. Dalam pemaknaan suatu tanda, proses semiosis ini belum lengkap karena kemudian ada satu proses lagi yang merupakan lanjutan yang disebut *interpretant* (proses penafsiran). Jadi, sebuah tanda senantiasa memiliki tiga dimensi yang saling terkait: representamen, sesuatu yang dapat dipersepsi (*perceptible*); objek, sesuatu yang mengacu kepada hal lain (*referential*); dan interpretan, sesuatu yang diinterpretasi (*interpretable*). Disebut sebagai "semiotika pragmatis" karena Peirce menyatakan bahwa "*meaning of a message is the bahavior it induces*". Inilah yang disebut sebagai prinsip pragmatis (*pragmatic maxime*). Teori semiotika seperti ini sudah ada sejak Hipocrates (460-377 SM) yang mendefinisikan "tanda" dari bidang kedokteran sebagai gejala fisik (*physical symptom*) yang mewakili (*stands for*) suatu penyakit. Lihat Hoed (2008), Christomy (2004: 115-132), dan Noerhadi (2001).

[140] Menurut Marcel Danesi dan Paul Perron, dalam *Analyzing Culture* (1999, dalam Hoed, 2008: 21), tujuan utama semiotika adalah memahami kemampuan otak manusia untuk memproduksi dan memahami tanda serta kegiatan membangun pengetahuan tentang sesuatu dalam kehidupan manusia. Kemampuan ini adalah semiosis, sedanghkan kegiatan manusia yang berkaitan dengan tanda adalah representasi (kegiatan mengaitkan suatu representamen dengan objeknya). Lebih lanjut, Danesi dan Perron menyatakan bahwa penelitian semiotika mencakup tiga ranah yang berkaitan dengan apa yang diserap oleh manusia dari lingkungannya (*the world*), yakni yang bersangkutan dengan "tubuh"-nya, "pikiran"-nya, dan "kebudayaan"-nya. Semiosis pada dasarnya menyangkut segi "tubuh" (fisik), setidak-tidaknya pada tahap awal. Kemudian, melalui representasi berkembang kegiatan di dalam "pikiran" dan selanjutnya, bila dilakukan dalam rangka kehidupan sosial, menjadi sesuatu yang hidup dalam "kebudayaan" sebagai *signifying order*. Dari sini, diperoleh pemahaman bahwa ada hubungan erat antara "semiosis", "representasi", dan "*signifying order*", yakni antara kemampuan sejak lahir manusia untuk memproduksi makna dan memahami tanda (semiosis), kegiatan dalam kognisi manusia untuk mengaitkan representamen dengan pengetahuan dan pengalamnnya (representasi), serta sistem tanda yang hidup dan diketahui bersama kebudayaan masyarakatnya (*signifying order*). Lihat Hoed (2008: 21).

[141] Umberto Eco lahir di Alessandria, sebuah kota kecil di sebelah timur Turin, Italia, pada 5 Januari 1932. Pada 1954 ia meraih gelar doktor dalam bidang estetika dengan tesis tentang Santo Thomas Aquinas. Ini merupakan titik awal bagi kajian Abad Pertengahan yang akan memengaruhi sebagian dari karya fiksinya yang sukses. Pada tahun 1956, dia menerbitkan buku pertamanya, yang sebenarnya merupakan perluasan dari tesisnya: *Il problema estetico in San Tommaso*. Pada 1959 Eco mulai bekerja untuk *Il Verri* dan membuat kolom mingguan yang disebut *Diario minimo*. Di majalah yang mewadahi ide-ide *avant-garde* dan eksperimentasi linguistik ini, Eco mendapatkan jabatan yang menyenangkan untuk menulis kolom yang memparodi dengan jenaka banyak hal yang disuarakan oleh majalah tersebut. Pada awalnya, kolom mingguan Eco serupa gayanya dengan kolom mingguan Barthes (yang kemudian dibukukan dengan judul *Mythologies*), namun setelah membaca buku Barthes tersebut, dengan rendah hati Eco meninggalkan gaya tersebut dan secara perlahan bergeser ke format *pastiche*. Kebanyakan kolom mingguan ini nantinya akan dikumpulkan menjadi buku berjudul *Misreadings*. Selama tahun-tahun ini, Eco secara serius mulai mengembangkan ide-idenya tentang teks terbuka dan tentang semiotika, menulis banyak esai tentang subjek ini, dan pada tahun 1962 dia menerbitkan *Opera aperta*, atau *The Open Work*.

Pada 1964 Eco pindah ke Milan dan memegang jabatan sebagai dosen, namun setahun kemudian dia terpilih sebagai Professor Komunkasi Visual di Florensia. Pada tahun 1966 dia pindah ke Politeknik Milan sebagai Professor Semiotika, dan pada tahun yang sama dia menerbitkan *Le poetische di Joyce: dall summa al Finnegans Wake*. Di Milan dia mulai menyusun teori-teori semiotikanya, dan pada tahun 1968 dia menerbitkan teks pertamanya yang benar-benar membahas tentang subjek tersebut: *La struttura assente* (*The Absent Structure*.) Buku ini, yang nantinya akan direvisi seluruhnya dan diberi judul baru *A Theory of Semiotics* pada tahun 1976, yang menentukan arahan kajiannya setelah ketertarikannya terhadap estetika Abad Pertengahan yang berubah ke arah yang lebih umum akan nilai-nilai budaya dan sastra sebagai satu kesatuan utuh. Pada 1971 ia memegang jabatan sebagai profesor semiotika pertama di universitas tertua di Eropa, Universitas Bologna. Di sini, teori-teorinya benar-benar mulai mendapatkan tempat, dan di sepanjang tahun tujuh puluhan dia menerbitkan sejumlah buku tentang semiotika. Pada 1974 Eco mengorganisasi penyelenggaraan kongres pertama International Association for Semiotic Studies, dan ketika pidato penutupan, dia merangkumkan definisi bidang tersebut dengan pernyataan yang kini sangat terkenal, bahwasanya semiotika adalah *a scientific attitude, a critical way of looking at the objects of other sciences.* Pada 1979 Eco mengedit *A Semiotic Landscape*, kumpulan esai yang awalnya merupakan makalah dalam konferensi tersebut.

Di akhir tahun tujuh puluhan, Eco telah memantapkan reputasinya sebagai pakar semiotika yang sangat terkemuka; tapi Eco ternyata melakukan perubahan radikal pada karirnya di akhir dekade tersebut dengan mulai menulis novel. Novel pertamanya adalah *The Name of the Rose* (*Il nome della rosa*) (1980), sebuah novel yang sangat sukses, dan menyusul novel lainnya seperti *Foucault's Pendulum* (*Il pendolo di Foucault*) (1988), *The Island of the Day Before* (*Lisola del giorno prima*) (1994) dan *Baudolino* (*Baudolino*) (2002). Lihat Jalasutra (2009: 9-13) untuk biografi ringkas Eco ini.

[142] Bagian yang paling sering dikutip dari buku Eco ini adalah pernyataannya bahwa:

Semiotika secara prinsipil adalah disiplin yang mengkaji segala sesutu yang dapat digunakan untuk berbohong. Jika sesuatu tidak dapat digunakan untuk mengekspresikan kebohongan, maka ia juga tidak bisa dipakai untuk mengekspresikan kebenaran: artinya, ia tidak bisa digunakan untuk mengatakan apa-apa".

Argumennya adalah bahwa karena makna merupakan satuan kultural, berarti ia adalah hasil kreasi dan konstruksi manusia. Watak esensial dari makna ini memungkinkannya digunakan untuk mengekspresikan kebenaran maupun kebohongan. Setiap ada signifikasi, kata Eco, ada kemungkinan ia digunakan untuk berbohong. Eco mendefinisikan tanda sebagai segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai pengganti sesuatu yang lain [*something that represent something else*], dan *sesuatu yang lain itu tidak perlu benar-benar eksis agar tanda dapat menggantikannya* (h. 7). Kebohongan yang dimaksud Eco memang bukan jenis kebohongan yang harfiah, melainkan kebohongan cerdas yang hanya bisa dilakukan oleh para pakar—meminjam istilah Milan Kundera—"imagologi" (*image*=citra). Mereka adalah para ahli komunikasi, periklanan, media massa, desainer. Di bawah kuasa imagologi inilah terbentuk kondisi hipereal. Hiperealitas, kata filsuf pascamodernisme Jean Baudrillard, adalah produk sejati dari simulasi, yaitu proses penciptaan tiruan realitas yang aslinya tidak ada. Melalui cara itu, sesuatu yang bersifat khayali dapat dibuat jadi tampak nyata. Sebagai misal, bukankah restoran cepat saji McDonald's dicitrakan sebagai modern, dan karena itu makanan yang dijualnya pun menyehatkan? Pemaknaan bahwa yang modern itu baik (dalam hal makanan berarti sehat) ternyata telah digunakan untuk mengeskpresikan sesuatu yang tidak nyata. Banyak ahli gizi sepakat bahwa makanan di McDonald's tidak menyehatkan.

[143] Setiap kali seseorang "mengucapkan" kata-kata, ia sesungguhnya sedang "memproduksi" suatu tuturan [*speech*], dan setiap kali memproduksi tuturan, ia sebenarnya "menciptakan" sesuatu. Itu sebabnya, aktivitas "mengucapkan" adalah sebuah "kerja"; sama halnya seperti ketika seseorang memperoduksi sesuatu yang bersifat nonverbal (misalnya, ketika orang *menciptakan* berbagai artefak budaya). Lihat Hoed (2008: 63).

[144] Produksi tanda menjadi ada karena adanya subjek empiris yang melakukan kerja untuk memproduksi ekspresi secara fisik, mengorelasikannya dengan isi, menyegmentasi isi, dan seterusnya. Kerja produksi tanda juga mewakili bentuk kritik sosial dan praktik sosial. Salah satu topik teori produksi tanda adalah hubungan antara pengirim dan penerima, yang membentuk basis bagi suatu sudut pandang yang akan mempertimbangkan dan menilai seluruh ragam "tindak wicara". Lihat Eco (2009: 463, 467).

[145] Sebuah sistem signifikasi adalah sebuah konstruk semiotis mandiri yang memiliki cara mengada abstrak dan tidak terikat dengan aktus komunikatif apa pun yang memungkinkannya. Sebaliknya (kecuali bagi proses stimuli), setiap aktus komunikasi terhadap atau antarmanusia mutlak mensyaratkan sebuah sistem signifikasi. Adalah mungkin bagi kita untuk membentuk semiotika signifikasi yang tidak terikat dengan semiotika komunikasi. Sebaliknya, adalah mustahil membentuk semiotika komunikasi tanpa semiotika signifikasi. Meskipun kedua pendekatan tersebut mengikuti dua jalur metodologis yang berbeda, ternyata dalam proses kultural (dalam kehidupan keseharian kita) keduanya justru saling berkelindan. Lihat Eco (2009: 10).

[146] Semiotika komunikasi, menurut Roman Jakobson (1963, dalam Hoed 1992), mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi yaitu pengiriman, penerima, kode, pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan). Jakobson menyatakan bahwa sebuah komunikasi terjadi apabila terjadi kontak antara *adresser* (asal) dan *adressee* (tujuan). Makna yang disampaikan *adresser* harus berbentuk sebuah kode (*code*) sehingga *adresser* harus melakukan *encode* terhadap makna tersebut agar menjadi kode. Kemudian kode ini akan diterima *adresse* dengan melakukan *decode*. Proses *coding* antara *adresser* dan *adresse* ini sangat dipengaruhi oleh konteks yang ada pada saat pesan tersebut disampaikan.

[147] Hipersemiotika, merujuk pada pemaparan Piliang (2008: 54, 59-60), adalah sebuah kecenderungan *melampaui semiotika konvensional* (khususnya semiotika struktural) yang beroperasi dalam sebuah kebudayaan yang di dalamnya dusta, kepalsuan, kesemuan, kedangkalan, imanensi, permainan, artifisialitas, superlativitas dirayakan sebagai *spirit* utamanya; dan sebaliknya, kebenaran, otentisitas, kedalaman, transendensi, metafisika, ditolak karena dianggap sebagai penghambat kreativitas dan produkstivitas budaya. Budaya konsumerisme—yang merupakan jantung dari kapitalisme mutakhir—adalah sebuah budaya yang di dalamnya berbagai bentuk dusta, ilusi, halusinasi, mimpi, kesemuan, artivisialitas, kedangkalan, permukaan dikemas dalam wujud komoditas, lewat strategi hipersemiotika dan imagologi, yang kemudian dikonstruksi

secara sosial—lewat komunikasi ekonomi (iklan, *show*, dan sebagainya) sebagai kekuatan tanda (*semiotic power*) kapitalisme—sehingga pada akhirnya membentuk kesadaran diri (*self consciousness*) yang sesungguhny adalah palsu.

Filsuf pascamodernisme Baudrillard menjelaskan bagaimana tanda-tanda dalam wujud *hyper-signs*—yang dikonstruksi sebagai komoditas di dalam wacana kapitalisme mutakhir—menuntut adanya pengemasan, pesona (*fethisism*), kejutan (*surprise*), provokasi, dan daya tarik (*eye catching*), sebagai logika komoditas itu sendiri. Kemasan tanda dan mediumnya, pada satu titik, lebih menarik perhatian setiap orang daripada pesan atau makna yang disampaikannya, yang menggiring orang pada ekstasi tanda dan medium itu sendiri, sambil melupakan pesan dan maknanya. Inilah yang dikatakan Marshal McLuhan dengan ungkapan *medium is the message*. Artinya, orang tenggelam di dalam gairah pengemasan tanda itu sendiri, lewat kecanggihan teknologi simulasi dan teknologi citraan (*imagology*), sehingga tanda tidak lagi mengacu pada dunia realitas.

Di dalam sistem penandaan kapitalisme mutakhir, benda-benda diproduksi sebagai tanda yang tidak lagi mengacu kepada realitas di luar dirinya, akan tetapi sebagai artefak yang terbentuk lewat manipulasi teknis medium dan unsur-unsur kodenya (*code*). Dunia realitas disaring, difragmentasi, dielaborasi dan dikemas menjadi *hyper-signs*, lewat mekanisme komodifikasi tanda-tanda. Elemen-elemen tanda yang merupakan bagian dari dunia realitas kini dikombinasikan dan berbaur dengan elemen-elemen yang bukan realitas (fantasi, imanjinasi, ideologi) ke dalam suatu kombinasi kontradiktif dan eklektik tanda-tanda (*eclectic signs*) yang menciptakan semacam realitas baru (*neo-reality*) yang tidak lagi berkaitan dengan realitas yang sesungguhnya. Hipersemiotika, dengan demikian, adalah sebuah ilmu tentang produksi tanda yang melampaui realitas, yang berperan dalam pembentukan dunia hiperealitas. Dunia hiperealitas, dalam hal ini, adalah dunia melampaui, yang tercipta akibat penggunaan *hyper-signs* dan sistem penandaan yang melampaui (*hyper-signification*) dalam penggambaran realitas sehingga perbedaan antara realitas/non-realitas di dalamnya menjadi lebur.

[148] Hiperealitas adalah efek, keadaan, atau pengalaman kebendaan dan atau ruang yang dihasilkan dari suatu proses atau strategi intelektual yang disebut simulasi (*simulation*). Hiperealitas dilukiskan oleh Baudrillard (dalam paparan Piliang, 2008: 53, lihat juga h. 135) sebagai sebuah dunia yang dalam konstruksinya tidak dapat dilepaskan dari produksi dan permainan bebas tanda-tanda yang melampaui (*hyper-signs*), yakni sebuah tanda yang melampaui prinsip, definisi, struktur, dan fungsinya sendiri. Dunia hiperealitas, dengan demikian, tidak dapat dipisahkan dari dunia hipersemiotika. Dalam pandangan ini, dunia hiperealitas merupakan dunia perekayasaan (dalam pengertian distorsi) realitas lewat *hyper-signs*, sedemikian rupa sehingga tanda-tanda tersebut kehilangan kontak dengan realitas yang direpresentasikannya. Hiperealitas menciptakan satu kondisi yang di dalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian, masa lalu berbaur dengan masa kini, fakta bersimpang siur dengan rekayasa, dusta bersenyawa dengan kebenaran.

[149] "Simulasi" adalah proses penciptaan model-model realitas yang tampak nyata, meskipun ia tanpa referensi realitas, yang melalui cara tersebut segala sesuatu yang supernatural, ilusi, fantasi, khayali dapat dibuat menjadi tampak nyata. Lihat Piliang (2008 [2003]: 21). Jean Baudrillard, dalam *Simulations* (1981, dalam Piliang, 2003: 46), menjelaskan kompleksitas relasi antara tanda, citra, dan realitas. Pertama, sebuah citra dikatakan merupakan refleksi dari realitas yang di dalamnya sebuah tanda merepresentasikan realitas (*representation*). Kedua, citra menopengi dan memutar balik realitas, seperti yang terdapat pada kejahatan (*malefice*). Ketiga, citra menopengi ketiadaan realitas, seperti yang terdapat pada ilmu sihir (*sorcery*). Keempat, citra tidak berkaitan dengan realitas apa pun, disebabkan citra merupakan simulakrum dirinya sendiri (*pure simulacrum*), yang prosesnya disebut simulasi (*simulation*). Dalam hal ini, sebuah tanda [A] tidak berkaitan denga realitas apa pun [ ] di luar dirinya, oleh karena ia merupakan salinan (*copy*) dari dirinya sendiri—*pure simulacrum*.

[150] Jean Baudrillard, lahir di Reims pada 20 Juni 1929, adalah seorang pakar teori kebudayaa, filsuf, komentator politik, dan sosiolog asal Perancis. Karyanya sering kali dikaitkan dengan pascamodernisme dan pascastrukturalisme. Baudrillard mula-mula mempelajari bahasa Jerman di Universitas Sorbonne di Paris dan mengajar bahasa Jerman di sebuah lycée (1958-1966). Ia juga pernah menjadi penerjemah dan terus melanjutkan studinya dalam bidang filsafat dan sosiologi. Pada tahun 1966 ia menyelesaikan tesis Ph.D-nya *Le Système des Objets* ("Sistem Objek-objek") di bawah arahan Henry Lavebre. Dari tahun 1966 hingga 1972 ia bekerja sebagai asisten profesor dan profesor. Pada tahun 1972 ia menyelesaikan habilitasinya *L'Autre par lui-même* (*The Other, by himself*) dan mulai mengajar sosiologi di Université de Paris-X Nanterre sebagai profesor. Kemudian, dari tahun 1986 hingga 1990 Baudrillard menjabat

sebagai Direktur Ilmiah di IRIS (Institut de Recherche et d'Information Socio-Economique) di Université de Paris-IX Dauphine. Ia tetap memberikan dukungannya bagi Institut de Recherche sur l'Innovation Sociale di Centre National de la Recherche Scientifique dan merupakan seorang *satrap* di Colllège de 'Pathaphysique hingga meninggal dunia di Paris pada 6 Maret 2007. Dalam karya-karyanya, antara lain *The System of Objects* (1968), *The Consumer Society: Myths and Structures* (1970), dan *For a Critique of the Political Economy of the Sign* (1972), Baudrillard memusatkan perhatiannya pada persoalan konsumerisme, khususnya tentang bagaimana objek-objek yang berbeda dikonsumsi secara berbeda pula. Lihat entri "Jean Baudrillard" di laman http://en.wikipedia.org/ dan http://id.wikipedia.org/ (keduanya diakses pada 12/3/2010).

[151] Istilah "imagologi" muncul pertama kali dalam novel Milan Kundera yang berjudul *Immortality* pada 1990. Kundera adalah sastrawan bear Ceko peraih hadiah Nobel yang pernah menyebut zaman ini adalah zaman kemenangan imagologi, yakni ketika kenyataan dikalahkan oleh *image* yang dibangun dan disebarluaskan oleh para pakar imagologi: advertensi, desainer pakaian, ahli kosmetik, media massa, dan sebagainya. Kata ini merangkum makna yang paralel dengan yang dikandung oleh istilah hiperealitas (*hyperreality*) yang diperkenalkan oleh para filsuf pascamodernisme Jean Baudrillard, yaitu kondisi runtuhnya realitas yang diambil alih oleh rekayasa model-model realitas yang sama nyatanya bahkan lebih dari realitas yang sesungguhnya sehingga perbedaan di antara keduanya menjadi kabur. Bagi Baudrillard, wacana pengetahuan manusia sebenarnya tidak mengenal "realitas", karena apa yang disebut realitas itu adalah seedar "sehimpun kemasan di atas kemasan". Di bawah kuasa imagologi yang membentuk kondisi hipereal itu, kebenaran pun, dalam bentuk sebuah konsep atau teori, akhirnya hanyalah hasil sementara dari ebuah proses persuasi dan retorika.

[152] Ada perbedaan definisi hiperealitas antara Baudrillard dan Eco, sebagaimana diuraikan oleh Yasraf A. Piliang dalam *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika* (dalam jendelailmu.com. [tt]). Eco, dalam *Travels in Hyperreality* [versi asli bahasa Italia terbit pada 1975, terjemahan Inggris 1986, diperbarui 1995], menggunakan istilah-istilah *copy*, *replica*, *replication*, *imitation*, *likeness*, dan *reproduction* untuk menjelaskan apa yang disebutnya hiperealitas. Bagi Eco, hiperealitas adalah segala sesuatu yang merupakan replikasi, salinan atau imitasi—tepatnya *simulacrum* dari unsur-unsur masa lalu—yang dihadirkan di dalam konteks masa kini sebagai sebuah nostalgia. Jadi, Eco lebih melihat fenomena hiperealitas sebagai persoalan penjarakan (*distanciation*), yaitu obsesi menghadirkan masa lalu yang telah musnah, hilang, terkubur, dalam rangka melestarikan bukti-buktinya, dengan menghadirkan replika, tiruan, salinan dan imitasinya. Akan tetapi, ketika masa lalu tersebut dihadirkan di dalam konteks waktu masa kini, maka ia kehilangan kontak dengan realitas, dengan pengertian ia bisa tampak (seakan-akan) lebih nyata dari kenyataan yang disalinnya, lebih sejati dari model yang ditirunya, sehingga menciptakan sebuah kondisi meleburnya salinan (*copy*) dan aslinya (*original*).

Sedangkan bagi Baudrillard, hiperealitas adalah sama dengan simulakrum (*simulacrum*) dalam pengertian khusus, yang disebutnya simulakrum dirinya sendiri (*pure simulacrum*), dalam pengertian bahwa sesuatu tidak menduplikasi sesuatu yang lain sebagai model rujukannya, akan tetapi menduplikasi dirinya sendiri, atau "*it is its own pure simulacrum*". Jadi, "hiperealitas" dalam definisi Baudrillard sama dengan "salinan (*copy*) dari dirinya sendiri" (*pure simulacrum*), yakni sebagai sebuah duplikasi dari duplikasi—atau "sebuah tiruan dari sesuatu yang aslinya tidak pernah ada"—sehingga perbedaan antara tiruan dan asli menjadi kabur (lihat Piliang, 2008 [2003]: 21). Hanya simulakrum dirinya sendiri seperti ini yang merupakan bagian dari apa yang disebut Baudrillard hiperealitas. Hiperealitas ini adalah produk dari proses simulasi (*simulation*), yaitu penciptaan model-model kenyataan yang tanpa asal-usul atau referensi realitas. Dalam hal ini, salinan dan asli, duplikasi dan orisinal, model dan referensi adalah objek atau entitas yang sama.

Tampak di sini, ada sedikit perbedaan antara Baudrillard dan Eco dalam memaknai hiperealitas. Eco, berdasarkan penjelasan di atas, masih menemukan di dalam fenomena hiperealitas adanya prinsip representasi (*representation*), dengan perkataan lain, bahwa sebuah salinan atau tiruan masih merupakan representasi dari rujukan atau referensinya, atau tiruan itu masih memiliki kontak dengan realitas yang diwakilinya. Sebaliknya, Baudrillard secara lebih tegas dan eksplisit membedakan representasi dan simulasi sebagai konsep yang bertentangan. Bagi Baudrillard, simulasi kebalikan dari representasi. Karena dunia hiperealitas adalah produk sejati dari simulasi, maka representasi bukan merupakan prinsip pembentuk dunia hiperealitas. Sebagaimana yang secara tegas dikatakannya, sesuatu itu dikatakan simulasi selama ia berlawanan dengan representasi. Bila representasi masih menggantungkan diri pada sesuatu di luar dirinya

sebagai rujukan atau referensinya (dengan kata lain, representasi menghadirkan tiruan dari sesuatu yang aslinya memang [pernah] ada); maka simulasi, sebaliknya, tidak merujuk pada sesuatu di luar dirinya, malahan ia menjadikan dirinya sendiri sebagai referensi (dengan kata lain, simulasi menghadirkan tiruan dari sesuatu yang aslinya [ternyata] tidak pernah ada. Tampak di sini, pengertian hiperealitas Baudrillard jauh lebih radikal dibandingkan Eco. Lihat jendelailmu.com. (tt) untuk paparan di atas; lihat juga Piliang (2008: 53).

[153] Dani Cavallaro (2004: 109) menyatakan bahwa perkembangan teoretis mutakhir secara substansial telah mendefinisikan ulang konsep "bahasa" (dengan menekankan bahwa segala macam tanda dan simbol—tidak melulu "kata"—dapat dianggap sebagai bahasa) dan konsep membaca (deangan menunjukkan bahwa apa yang kita baca tidak hanya buku, surat kabar, dan semacamnya, tapi juga lingkungan budaya secara keseluruhan. Dengan demikian, konsep teks pun telah mengalami penilaian ulang yang sebanding. Segala sesuatu dapat dianggap sebagai teks: sandiwara dan piringan hitam, papan jaja (*billboard*) dan papan tulis, senapan dan busana, statistik dan patung, semuanya adalah, dalam cara-cara yang berbeda, teks: yaitu objek-objek dan data yang selalu terbuka bagi pembacaan dan interpretasi yang beragam. Keterbukaan ini mengharuskan bahwa sebuah teks tidak dapat dipandang sebagai produk tertutup dan mandiri dari seorang pengarang tunggal. Sebagai proses, teks sama sekali bukan entitas baku: teks tetap tetap berubah dan meraih pengertian-pengertian baru sesuai dengan bagaimana teks-teks tersebut diterima dan dipahami oleh pembacanya dan lingkungan budaya di mana teks tersebut diproduksi dan dikonsumsi.

[154] Judul "Semantika Artefak" ini dipilih dengan pertimbangan bahwa titik tekan pemerian contoh-contoh lebih pada aspek makna denotatif daripada makna konotatifnya (meskipun tidak terbatas pada makna denotatif), dan karena itu istilah "semantika" (*semantics*) saya anggap lebih tepat daripada istilah "semiotika" (*semiotics*)—meskipun kedua istilah ini bisa saja saling dipertukarkan dalam penggunaanya. Sedangkan pilihan atas istilah "artefak" (*artefact*), dan bukan "objek" (*object*), adalah karena objek-objek yang dibahas terbatas pada objek-objek teknologis/artefaktual, yang berarti tidak mencakup objek-objek alamiah.

[155] Dalam terminologi arkeologi, kebudayaan material (*material culture*), menurut Colin Renfrew dan Paul Bahn dalam *Archaeology: Theories, Methods, and Practice* (1991: 11, 543) diberi pengertian sebagai, "*the building, tools, and other artifacts that constitute the material remains of former societies*".

[156] Dalam *Merriam-Webster's 11th Collegiate Dictionary* (2003), entri "*semantics*" memiliki arti: (1) *the study of meanings*: (a) *the historical and psychological study and the classification of changes in the signification of words or forms viewed as factors in linguistic development*, (b) [1] *semiotic*, [2] *a branch of semiotic dealing with the relations between signs and what they refer to and including theories of denotation, extension, naming, and truth*. (2) (a) *the meaning or relationship of meanings of a sign or set of signs; especially: connotative meaning*, (b) *the language used (as in advertising or political propaganda) to achieve a desired effect on an audience especially through the use of words with novel or dual meanings*.

[157] Konsep *bricolage* merujuk pada aktivitas membuat barang yang dilakukan secara profesional dan berpijak pada hubungan langsung dan intuitif antara pelaku dan bahan material digunakannya. Seorang *bricoleur* selalu berupaya membuat berguna apa saja yang "berada di tangan", mendayagunakan secara kreatif apa saja yang sudah ada di sekitarnya. Ia bekerja dengan pola "mencoba yang ini, mencoba yang itu"—eksploratif. Dunia seorang *bricoleur* cenderung tertutup; dalam pengertian bahwa kreativitasnya dibatasi oleh material yang secara aktual sudah tersedia. Hal ini berbeda dengan seorang insinyur (*engineer*) yang berusaha mencari sumber-sumber baru untuk dimanfaatkan. Dunia seorang insinyur lebih terbuka, dalam pengertian bahwa ia senantiasa berupaya untuk bergerak ke luar dari batasan-batasan yang ada, menggali sumber-sumber yang baru dari luar—eksploitatif.

Pola aktivitas *bricoleur* dapat dianalogikan dengan pola kultivasi (*cultivating*); sedangkan insinyur cenderung pada konstruksi. Dalam suatu kultivasi, sumber-sumber alam digunakan dalam produksi. Tetapi sumber-sumber alam itu tidak berubah jauh dari bentuk alamiahnya. Misalnya, dalam pertanian konvensional tanaman tumbuh dan berbuah secara alamiah, sedangkan peranan petani lebih pada menyediakan kondisi agar pertumbuhan ini menjadi lebih sempurna dengan cara, antara lain, memberikan pupuk, menghalangi intervensi hama, dan lain-lain. Tetapi dalam pertanian transgenik, struktur inti tanaman diubah melalui rekayasa genetis sehingga pertumbuhannya (laju pertumbuhan dan perkembangan struktur buah) dapat lebih

dikendalikan oleh manusia. Pertanian transgenik ini melibatkan suatu konstruksi, sebagai upaya untuk me-"reformasi" alam sehingga menghasilkan produk dalam cara-cara yang secara radikal berbeda dari cara-cara yang alamiah. Objek-objek teknis tidak dikultivasi oleh insinyur, tetapi dikonstruksi; komponen-komponennya disusun dalam pola-pola yang artifisial. Aransemen ini mengubah komponen-komponen tersebut ke dalam bentuk-bentuk dan fungsi-fungsi baru, yang tidak akan pernah dimiliki komponen-komponen tersebut dalam situasi yang alamiah. Aktivitas membuat di era pra-modern cenderung berpola atau berkarakter kuiltivasi, sementara aktivitas rekayasa (*engineering*) cenderung pada konstruksi. Lihat Yuliar (2009: 33).

[158] Risalah paling awal mengenai semiotika *fashion* ini, barangkali, yang ditulis oleh sosiolog kebudayaan Georg Simmel dalam esainya, "The Philosophy of Fashion". Menyitir interpretasi semiotis Simmel mengenai *fashion* dalam esai tersebut, Bennett (2005), menulis: "*... fashion became, in effect, a visual statement of wealth and status, a way in which individuals demonstrated their membership of a particular social group, and their distance from groups who held a lower social position. For Simmel then, fashion played a key role in reproducing class relations*" (h. 100).

[159] Peirce melihat tanda ada tidak hanya pada kebudayaan, tetapi pada seluruh gejala dalam alam semesta ini [konsep "pansemiotik"]. Memang telah berkembang zoosemiotics yang mengkaji perilaku semiotis hewan yang merupakan kajian transdisiplin [berada di antara biologi dan antropologi] (Hoed, 2008: 43).

[160] Memahami sebuah budaya berarti menemukan dan menafsirkan sistem tanda budaya tersebut. Manurut Cavallaro, tanda sebagai dirinya memang tidak mengandung makna atau konsep tertentu secara hakiki. Akan tetapi, tanda memberi *petunjuk-petunjuk* yang menghasilkan makna semata-mata melalui interpretasi. Interpretasi adalah cara-cara di mana tanda-tanda dimengerti dan diolah. Tanda menjadi bermakna manakala diuraikan isi kodenya (*decoded*) menurut konvensi dan aturan budaya yang dianut orang secara sadar maupun tidak sadar. Lihat Cavallaro (2004: 31-33).

[161] Semiotikawan Marcel Danesi dan Paul Peron, dalam *Analyzing Cultures* (1999, dalam Hoed, 2008), menamakan manusia sebagai *homo culturalis*, yakni sebagai makhluk yang selalu ingin memahami makna dari apa yang diketemukannya (*meaning-seeking creature*). Makna dalam sejarah merupakan hasil akumulasi dari waktu ke waktu. Dengan demikian, manusia juga mencari makna dengan melihat ke sejarah. Di sini, makna dipahami sebagai sesuatu yang muncul secara berurutan dan kumulatif dalam poros waktu. Dalam hal ini, Danesi dan Peron berbicara tentang *the signifying orders* yang didefinisikannya sebagai "*intrconnection of signs, codes, and texts that makes up a culture*". Jadi, menurut mereka, kebudayaan, ditinjau ari segi semiotika, adalah "*interconnected systems of daily living that is held together by the signifying order* (*signs, codes, texts*)" (h. 5).

[162] Jika kebudayaan dianggap sebagai sistem tanda, menurut Masinambow (2001: 27-28), maka sistem itu berfungsi sebagai sarana penataan kehidupan bermasyarakat. Bagi warga suatu masyarakat, pemahaman akan sistem tanda yang berlaku dalam masyarakat memungkinkannya berperilaku sesuai dengan apa yang diharapkan darinya oleh sesama warga masyarakat itu, karena terdapat kesesuaian interpretasi dari tanda-tanda yang digunakan. Bagi seseorang yang meneliti masyarakat, pemahaman sistem tanda memberikan kepadanya pengertian perihal mengapa warga masyarakat itu berperilaku demikian. Melalui pemahaman tanda-tanda yang digunakan itu, diperoleh gambaran tentang suatu keteraturan yang muncul dari keadaan yang kacau dan membingungkan (*order out of chaos*).

[163] Relevan untuk dikutipkan di sini apa yang pernah dikemukakan oleh Umberto Eco (1976, dalam Carberry, 2003: 157) bahwa, "*cultures, as systems of signification, are codified in sign structures for which rules, procedures and logic applies. Cultures are also systems of communication and are modified by participants for creative, pragmatic and ideological purposes*".

[164] Barthes membedakan pengertian "budaya pop" (*popular culture*) dari "budaya massa" (*mass culture*). Terminologi pertama merujuk pada praktik sosial yang memang dilahirkan dan dikembangkan oleh kalangan pekerja itu sendiri. Dengan kata lain, budaya pop diberi makna sebagai budaya otentik rakyat kebanyakan, atau budaya dari rakyat untuk rakyat. Sedangkan yang kedua mengacu kepada praktik sosial (tentu saja berikut nilai-nilai yang melekat padanya) yang diciptakan oleh kaum borjuis untuk massa yang luas, yaitu untuk kalangan kelas pekerja. Di sini Barthes melihat budaya massa modern dikendalikan oleh etos *petit bourgeois* (borjuis kecil). Kelas pekerja kehilangan budaya populernya dan

digiring ke dalam sebuah budaya yang bukan merupakan budaya mereka sendiri (Jalasutra, 2007: xlv). John Storey (2004) telah merangkum beragam definisi mengenai budaya pop ini yang dapat digunakan sebagai perbandingan dengan definisi yang dimaksud Barthes tersebut.

[165] Mitos dalam pengertian umum adalah "cerita yang hidup dalam suatu masyarakat atau bangsa, bisa tentang dewa, pahlawan, tokoh masyarakat (biasanya yang sudah tidak ada), fenomena alam yang menakjubkan, artefak/bangunan monumental, atau lainnya" (Hoed, 2008: 58). Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2005, dalam Hoed, 2008: 58), "mitos" diberi pengertian sebagai "cerita suatu bangsa tentang dewa dan pahlawan zaman dahulu, mengandung penafsiran tentang asal-usul semesta alam, manusia, dan bangsa tersebut yang mengandung arti mendalam dan diungkapkan dengan cara gaib". Sedangkan dalam *Merriam-Webster's 11th Collegiate Dictionary* (2003), entri "*myth*" berarti: (1) *a usually traditional story of ostensibly historical events that serves to unfold part of the world view of a people or explain a practice, belief, or natural phenomenon*; (2) *a popular belief or tradition that has grown up around something or someone*—especially*: one embodying the ideals and institutions of a society or segment of society* [e.g.: *seduced by the American myth of individualism*]. Berbeda dengan pengertian mitos yang dikenal secara umum, Barthes (1957, dalam Hoed, 2008: 59) mengemukakan bahwa mitos adalah bahasa: "*le mythe est une parole*" (catatan: "*parole*" adalah pemakaian atau praktik berbahasa oleh para individu sebagai anggota suatu masyarakat, yang dibedakan dari *langue*, yakni kaidah suatu bahasa). Dalam uraiannya, Barthes mengemukakan bahwa mitos dalam pengertian khusus ini merupakan perkembangan dari konotasi (tentang konsep "konotasi" ini dapat dibaca dalam pembahasan lebih lanjut mengenai semiotika konotasi dari Barthes). "*Parole*" itu mengandung pesan dan tidak selalu harus berbentuk lisan dan bahkan tidak selalu harus verbal: "*n'importe quelle matiere peut etre dotee arbitrairement de signification*", yang terjemahan bahasa Inggris-nya adalah "...*for any material can be arbitrarily be endowed with meaning*" ("... setiap hal dapat secara arbitrer dikandungi makna [oleh suatu komunitas]").

[166] Dalam bidang teori, kontribusi Barthes yang terpenting ada dua. Tulisan pertama adalah sebuah esei bertajuk "*Myth Today*" ("Mitos Dewasa Ini"), yang merupakan esei terkahir dalam *Mythologies* (1972; edisi Prancis-nya 1957). Sedangkan yang kedua adalah *Element of Semiology* (1968), yang dalam terjemahan Indonesia-nya terhimpun dalam buku bertajuk *Petualangan Semiologi* (2007, h. 11-89). Esei "Mitos Dewasa Ini" adalah sebuah esei teoretis yang ditulis Barthes untuk melengkapi esei-eseinya yang terhimpun dalam *Mythologies*. Esei ini merupakan artikel utama dari karya teoretis mengenai basis metodologis bagi kajian semiotis atas seluruh tanda kebudayaan dan sistem tanda. "Mitos Dewasa Ini" adalah cetak biru atau metode yang ditulis secara retrospektif untuk membaca mitos. Esei ini dilampirkan pada terbitan pertamanya sebagai antologi di tahun 1957. Dalam *Mythologies* edisi terjemahan Inggris yang terbit pada 1972, esei ini dimasukkan oleh penerjemah, Annete Lavers, sebagai esei terakhir. Terjemahan Indonesia esei ini diterbitkan sebagai bagian terakhir dari buku *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Repreentasi*. (2007) yang menghimpun sekaligus esei-esei dari buku *Mythologies* (1972) dan *The Eiffel Tower, and Other Mythologies* (1979). Esei ini merupakan artikel utama dari karya teoretis (sekaligus basis metodologis) bagi kajian semiotis atas seluruh tanda kebudayaan dan sistem tanda. Esei "Mitos Dewasa Ini" lebih mendekati teori ideologi sebagai sistem representasi yang dengannya kelas penguasa mereproduksi dominasinya pada tingkatan pengalaman kehidupan sehari-hari (Jalasutra, 2007: liii). Sedangkan dalam *Element of Semiology*, Barthes membahas secara sangat teoretis empat pasang elemen-elemen semiologi, yakni *langue-parole*, penanda (*signifiant*)-petanda (*signifié*), sintagma-sistem, dan denotasi-konotasi.

[167] Dalam *Merriam-Webster's 11th Collegiate Dictionary* (2003), kata "mistifikasi" (*mystification*) berarti (1) *an act or instance of mystifying; (2) an obscuring especially of capitalist or social dynamics (as by making them equivalent to natural laws) that is seen in Marxist thought as an impediment to critical consciousness*. Dalam perspektif teori neo-Marxis, mistifikasi ialah proses di mana hubungan sosial dan ekonomi disamarkan melalui berbagai selubung ideologi.

[168] Dalam linguistik, konotasi mempunyai makna "penilaian pemakai bahasa atas suatu ujaran" (kata, ungkapan, kalimat, teks). Dengan demikian, dasarnya adalah "baik-buruk", "pantas-tidak pantas", "bagus-tidak bagus", atau "halus-kasar". Konotasi menurut Barthes lebih luas lagi maknanya, yakni sebagai menyangkut pemberian makna tertentu pada suatu ujatran. Dalam hal ini, konsep konotasi memasuki ranah semiotika dan oleh Barthes digunakan untuk membahas makna gejala budaya. Bahkan

dalam bukunya *Mythologies* (1972) ia menggunakannya untuk melakukan “kritik budaya”. Lihat Hoed (2008: 13).

[169] Contoh konotasi adalah kata “*Mercy*” yang maknanya pada level pertama adalah “kependekan dari *Mercedes Benz*, merk sebuah mobil buatan Jerman”. Dalam proses selanjutnya, makna pertama itu berkembang menjadi “mobil mewah”, “mobil orang kaya”, “mobil konglomerat”, atau “simbol status sosial ekonomi yang tinggi”. Pengembangan makna seperti itu oleh Barthes disebut *konotasi*. Lihat Hoed (2008: 77).

[170] Barthes, dalam *Petualangan Semiologi* (2007: 297-298) mengatakan bahwa petanda-petanda lebih banyak bergantung bukan pada si pengirim message tetapi pada si penerima message, yaitu pada si pembaca objek. Objek itu polisemis, yaitu bahwa dengan mudah pada objek bisa dilakukan beberapa pembacaan makna yang berbeda-beda: di hadapan sebuah objek, hampir selalu ada beberapa pembacaan yang bisa dilakukan, dan itu bukan hanya dari satu pembaca ke pembaca yang lain, tetapi juga kadang pada satu pembaca sendirian. Dengan kata lain, dengan demikian pada dirinya sendiri setiap orang memiliki beberapa leksikon, beberapa simpanan pembacaan, yang tergantung pada jumlah pengetahuannya, derajat kultural yang ada padanya. Semua derajat pengetahuan, derajat kebudayaan dan derajat situasi bisa berada di hadapan suatu objek dan di hadapan suatu koleksi objek.

[171] Pemikiran Valentin Volosinov ini serupa dengan argumen Mikhail Bakhtin dalam *Rebelais and his World* [1965] bahwa semua pemaknaan berkarakter dialogis. Bakhtin menyatakan bahwa tanda tidak memiliki makna tetap; justru, makna dibangun di dalam hubungan dua sisi antara penutur dan penyimak, penyampai dan penerima. Banyak kritikus berkeyakinan bahwa Bakhtin menulis dengan nama Volosinov. Keduanya selalu menyatakan bahwa makna tidak dapat dijamin; ia tidak murni namun selalu ambivalen dan ambigu. Makna adalah ranah komtestasi yang tidak stabil, dan bukan produk bahasa pasti yang telah berhenti. Lihat Barker (2004: 75).

[172] Dalam konsepsi interpretivisme simbolik, seperti dikemukakan oleh Taylor (dalam Saifuddin, 2005: 286), kebudayaan—makna yang dimiliki bersama, praktik-praktik, dan simbol-simbol yang merupakan dunia manusia—tidaklah netral atau hanya satu suara. Kebudayaan selalu multivokal, dan baik pengamat maupun orang yang diamati selalu bersama-sama berada di dalamnya; dan demikianlah posisi pandangan interpretif mengenai kebudayaan.

[173] Dalam perspektif teori budaya, setiap komoditas atau artefak pada umumnya, selain merupakan entitas material atau sesuatu yang memiliki bentuk fisik, ia juga dapat dipandang sebagai sebuah citra (*image*). Menurut ahli bahasa (*linguist*) Ferdinand de Saussure, bentuk (*form*) dipandang sebagai sesuatu yang abstrak, yang ada dalam kognisi manusia. Misalnya, bentuk *segitiga* dan *bundar* adalah sesuatu yang abstrak. Saussure berbicara tentang *concept* dan *image acoustique*. Jadi, di sini citra dilihat oleh Saussure (1917) sebagai “*empreinte psychique de ce son*” [“jejak psikis dari bunyi itu sendiri”] (lihat Hoed, 2008: 47). Jadi, ketika suatu komoditas diproduksi atau dikonsumsi, yang diproduksi/dikonsumsi itu bukan hanya dimensi fisik materialnya, melainkan juga dimesi psikisnya, citranya. Dengan kata lain, ketika seseorang, misalnya, mengkonsumsi suatu komoditas, maka ia sesungguhnya bukan hanya mengkonsumsi komoditas itu hanya pada aspek fungsionalnya, tetapi juga mengkonsumsi segenap makna yang melekat padanya—sekaligus memproduksi makna baru melalui aktivitas penggunaannya.

[174] Argumen ini relevan dengan apa yang pernah dikemukakan oleh teoretikus budaya Raymond Williams (dalam Sardar & Loon, 2001: 30) bahwa “praktik menetapkan nilai dan selanjutnya nilai dapat digunakan untuk mendukung dan menopang struktur ideologis yang ada”.

[175] Konteks historis dari publikasi gambar sampul di *Paris Match* ini—yang bertendensi menampilkan citra positif tentang imperialisme Prancis—adalah kekalahan Prancis di Vietnam (1946-1954) dan kekalahn yang tengah menanti di Aljazair (1954-1962).

[176] Obat pekasih untuk mendatangkan cinta. Di sini dimaksudkan bahwa minuman anggur bukan sekedar sesuatu yang bernilai dangkal. Lihat Hoed (2008: 13, catatan kaki).

[177] Konsep manusia di sini adalah sebagaimana yang dikemukakan oleh Danesi & Peron (dalam Hoed, 2008: 5), yakni dalam pengertiannya sebagai *homo culturalis*—makhluk yang selalu ingin memahami makna dari apa yang diketemukannya

[178] Meskipun memiliki kemampuan untuk melakukan kritik budaya—dan ini adalah kualitas penting dalam studi ilmu-ilmu sosial humaniora—semiotika tidak lepas dari kritik. Salah satu kritik tajam dilontarkan oleh Yuliar (2009: 120) yang melihatnya dari perspektif teori ANT. Menurut Yuliar, salah satu kelemahan semiotika adalah selalu memperlakukan proses produksi makna (*meaning production*) sebagai proses yang terpisah dari kehadiran benda-benda yang alamiah, yang ada sebagaimana apa-adanya. Ketika analisis semiotika ditujukan ke benda-benda alamiah dan mulai memperhitungkan entitas-entitas nonhuman, istilah "wacana" (*discourse*) atau "makna" menjadi tidak relevan lagi. Kelemahan kedua adalah karena semiotika memusatkan perhatiannya hanya pada teks-teks dan mengabaikan benda-benda alamiah, teori semiotika berhenti pada makna. Terhadap kritik ini, saya berpendapat bahwa fokus semiotika memang berbeda dari ANT (pembahasan menyeluruh tentang ANT dapat dibaca pada buku Yuliar, *Tata Kelola Teknologi: Perspektif Teori Jaringan-Aktor*, 2009). Ini berarti bahwa setiap pendekatan, atau teori, atau metode memiliki kelemahannya sendiri (meskipun ini tidak berarti bahwa setiap teori atau metode memiliki kualitas yang setara). Hal yang lebih penting adalah mengetahui kelemahan dan kekuatan setiap teori atau metode yang ada dan menggunakannya secara tepat, sesuai fenomena yang dikaji dan tujuan pengkajiannya. Ihwal semiotika, teori ini berfokus untuk memberikan pemahaman perihal makna fenomena budaya, yakni aneka praktik sosial, sebagai tanda yang sifatnya representatif dan interpretatif—termasuk bagaimana makna diproduksi melalui praktik sosial. Karena praktik sosial suatu masyarakat senantiasa melibatkan artefak-artefak teknologis, maka melalui praktik penggunaan objek-objek itulah, dalam pola kehidupan keseharian, masyarakat memproduksi makna atasnya. Premis ini menyanggah kritik ANT bahwa semiotika hanya "berhenti pada makna" dan dan "teks-teks" verbal, dan mengabaikan kehadiran benda-benda. Patut untuk dikutip di sini pandangan Geertz (1984, dalam Saifuddin, 2005: 318) ketika merespons kritik terhadap pandangan interpretifnya dalam antropologi. Geertz menegaskan: "Masing-masing metode ... memiliki kegunaan sendiri, untuk tujuan tertentu ... melengkapi satu sama lain. Selalu ada kemungkinan untuk menganalisis dengan tepat atau malahan keliru, ketika menggunakan salah satu metode itu".

[179] Melani Budianta (2002), pengajar kajian budaya di Universitas Indonesia, menyatakan bahwa secara umum kajian budaya mempelajari berbagai macam proses, ekspresi, dan bentuk budaya sebagai produk masyarakat modern, jadi terkait erat dengan dimensi sosial, ekonomi, dan politik. Kajian budaya yang berkembang kemudian menunjukkan minat yang serius pada budaya pop sebagai bagian dari "budaya sehari-hari" dan menyimak kaitan antara kebudayaan dengan permasalahan-permasalahan kontemporer

[180] Stuart Hall (1990, dalam Rooney, 1996: 208) mengatakan, "... *cultural studies is not one thing; it has never been one thing*". Serupa itu, Cary Nelson (1996: 285) mengatakan, "*Cultural studies has never meant only one thing, and it is unlikely to mean only one thing in the future*."

[181] Pada 1991 CCCS ditutup dengan banyak rumor yang beredar terkait pembubaran tersebut. Sebagai gantinya, Universitas Birmingham membentuk Department of Cultural Studies and Sociology. Pada 2002 departemen tersebut dibubarkan dan diganti dengan Department of Sociology yang dibuka pada 2004. Nama "kajian budaya" sekarang hanya tersisa dalam program MA in Social Research (Sociology and Cultural Studies). Lihat situs *web* University of Birmingham (http://www.sociology.bham.ac.uk/postgrad/social_research.shtml) dan Wikipedia (http://en.wikipedia.org/wiki/Centre_for_Contemporary_Cultural_Studies [2009]).

[182] Pada umumnya sejarah perkembangan kajian budaya ditelusuri dari CCCS di Universitas Birmingham. Walaupun demikian, tidak semua praktisi kajian budaya setuju dengan hal ini karena pergeseran orientasi yang berkembang kemudian. Lihat Melani Budianta, "Sastra dan Kajian Budaya" (2002).

[183] Richard Hoggart adalah dosen Sastra Inggris di Universitas Birmingham yang mendirikan CCCS. Bukunya, *The Uses of Literacy* (1957), memberikan bentuk intelektual yang bisa dikenali kepada kajian budaya. Hoggart mempostulasikan bahwa elite dominan suatu masyarakat mengekspresikan kekuasaan mereka dengan memberi legitimasi dan sorotan pada praktik dan bentuk kebudayaan mereka—dengan memproyeksikan "bidang-bidang nilai" mereka. Perjuangan kebudayaan, karena itu, melibatkan perang demi status dan legitimasi kebudayaan. Lihat Sardar & Loon (2001: 27).

[184] E.P. Thompson adalah seorang sejarahwan radikal yang mengubah persepsi sejarah Inggris. Dalam karyanya, *The Making of the English Working Class* (1978), Thompson menunjukkan bagaimana kelas

pekerja Inggris muncul dalam periode sejarah tertentu. Thompson menemukan kembali pengalaman massa populasi Inggris yang telah diabaikan oleh tradisi sejarah konvensional yang dominan. Dengan cara itu, Thompson mengingatkan pentingnya mempelajari proses historis dalam memahami kelas sebagai suatu formasi sosial dan kultural. Lihat Sardar & Loon (2001: 27).

[185] Stuart Hall adalah sosiolog dan kritikus, mungkin yang paling terkemuka di antara para bapak pendiri kajian budaya. Hall lahir di Jamaika dalam keluarga kelas menengah dan konservatif. Pada 1951, Hall meraih beasiswa ke Oxford. Pada 1950-an Hall merupakan seorang pemimpin Kiri Baru (*New Left*). Pada 1960-an dan 1970-an, Hall di CCCS dan menjadi Direktur pada 1968. Pada 1980-an Hall pindah ke Open University dan memimpin debat "New York" di *Marxism Today*. Hall, yang banyak terinspirasi oleh Marxisme, menunjukkan perhatian yang besar pada pengaruh budaya pop terhadap kelas. Sebagian besar karya akademisnya, kecuali *The Popular Arts* (1964), berupa artikel yang tersebar di berbagai jurnal ilmiah maupun buku kumpulan tulisan. Lihat Sardar & Loon (2001: 35-38).

[186] Ilmuwan-ilmuwan di CCCS dari generasi berikutnya antara lain Paul Willis, Paul Gilroy, Richard Johnson, Sadie Plant, Janice Winship, Chas Critcher, Tony Jefferson, dan Jon Clarke.

[187] Perspektif kajian budaya yang sangat menekankan karakter politis-ideologis ini sering dianggap sebagai ciri khas dari kajian budaya Inggris—yang merupakan tanah kelahiran "disiplin" ini. Seperti digambarkan Sardar & Loon (2001: 42-43, 56), kajian budaya Inggris mencoba menekankan nilai karya intelektual yang dilibatkan secara politis dengan tujuan memberdayakan pihak lemah dalam struktur sosial. Karakter yang kedua ini membuat kajian budaya Inggris sering didakwa sebagai Marxisme berkedok—"topeng" bagi Marxisme yang telah direvisi dan memenuhi syarat. Dalam perkembangannya kemudian, terutama selama periode pemerintahan Perdana Menteri Margaret Thatcher (1979-1990), kajian budaya Inggris mulai terpecah dan meninggalkan daratan Inggris. Kajian budaya bermigrasi ke Amerika Serikat, Kanada, Australia, Prancis, India, dan banyak lagi kemudian. Di lokasi baru, fokus kajian budaya Inggris pada sistem kelas (pekerja) Inggris jadi tidak relevan lagi. Kajian budaya di tiap negara memperoleh ciri nasionalnya yang unik. Selama periode 1980-an dan 1990-an, kajian budaya menjadi sangat beragam. Dalam beberapa lokasi, kajian budaya menjadi tidak terlalu politis dan lebih menaruh perhatian pada analisis tekstual dan estetika. Di wilayah lain, ia menjadi lebih politis dan terlibat dalam penderitaan kaum terpinggirkan dan wacana kaum pinggiran.

[188] Pandangan kajian budaya ini didasarkan pada Marxisme. Storey (1996: 3) menjelaskan: *"Marxism informs cultural studies in two fundamenral ways. First, to understand the meanings of culture we must analyse it in relation to the social structure and its historical contingency. ... Second, cultural studies assumes that capitalist industrial societies are societies divided unequally along ethnic, gender, generational and class lines. It contends that culture is one of the principal sites where the division is established and contested: culture is a terrain on which takes a continual struggle over meaning, in which bear the interests of dominant groups. It is which makes culture ideological. [...] Ideology is without doubt the central concept in cultural studies."* Lihat juga Storey (1996). Perspektif Marxian inilah yang membuat budaya dalam kajian budaya menjadi bersifat ideologis. Di sini, ideologi menjadi konsep sentral dalam kajian budaya.

[189] Dengan demikian, kajian budaya menolak definisi budaya yang ortodoks. Objek kajian dalam kajian budaya bukanlah budaya yang didefinisikan secara sempit sebagai objek keadiluhungan estetis ("seni tinggi"); juga bukan budaya yang didefinisikan sebagai sebuah proses perkembangan estetik, intelektual, dan spiritual. Lihat Storey (1996: 2).

[190] Uraian rinci dan sistematis mengenai berbagai definisi "budaya pop" dapat dilihat dalam Storey (2004: 10-25). Storey mengemukakan enam definisi budaya pop, yaitu (1) budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang; (2) praktik budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi; (3) "budaya massa"; (4) budaya yang berasala dari "rakyat"; (5) budaya yang dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi (perspektif neo-Gramscian); dan (6) budaya komersial (perspektif pascamodernisme).

[191] Konsep hegemoni berasal dari pemikir politik Marxis asal Italia Antonio Gramsci. Hegemoni adalah konsep kunci dalam pemikiran Gramsci untuk memahami sejarah dan struktur masyarakat mana pun. Seperti ditulis Storey (2004: 19), Gramsci menggunakan istilah hegemoni untuk mengacu pada cara di mana kelompok dominan dalam suatu masyarakat mendapatkan dukungan dari kelompok-kelompok

subordinasi melalui proses “kepemimpinan” intelektual dan moral. Hegemoni terjadi pada suatu masyarakat ketika kelas bawah dengan aktif mendukung dan menerima nilai-nilai, ide, tujuan, dan makna budaya yang mengikat mereka pada struktur kekuasaan yang ada. Teoretikus budaya yang menggunakan teori dari Gramsci—kadang disebut neo-Gramscian—menganggap budaya sebagai tempat terjadinya pergulatan antara usaha perlawanan kelompok subordinasi dan upaya inkorporasi kelompok dominan dalam masyarakat. Dalam konsepsi ini, budaya pop merupakan suatu lingkup tukar-menukar antara kedua pihak tersebut dalam rupa perlawanan dan penyatuan (resistensi dan inkorporasi). Teks dan praktik budaya pop bergerak dalam apa yang oleh Gramsci disebut sebagai “keseimbangan kompromis”. Dalam bahasa yang lebih umum, mereka yang melihat budaya pop dalam perspektif neo-Gramscian cenderung melihatnya sebagai sebagai lingkup pertarungan ideologis antara kelas dominan dan subordinasi, budaya dominan dan budaya subordinasi.

Sedangkan Sardar & Loon (2001: 49) mengkonsepkan hegemoni sebagai hal yang mengikat masyarakat tanpa menggunakan kekuatan. Hal ini dicapai jika kelas atas melengkapi kekuatan ekonomi mereka dengan menciptakan kepemimpinan moral dan intelektual. Pada titik ini, benar apa yang dikatakan Eric Wolf dalam *Envisioning Power: Ideologies of Dominance and Crisis*, 1999: 7), bahwa: “*ideas…are often monopolized by power groups*”. Untuk mencapai kepemimpinan moral dan intelektual itu, kata Gramsci, kompromi dibuat dengan kelas pekerja dan kesepakatan umum pun dihasilkan. Baik negosiasi maupun kesepakatan adalah istilah esensial untuk memahami hegemoni. Gagasan, nilai, dan keprcayaan tidak dipaksakan dari atas, tidak juga berkembang dalam cara yang bebas dan tak disengaja, tetapi dinegosiasikan melalui serangkaian perjumpaan dan bentrokan antarkelas. Proses aktif ini, yang beroperasi di sejumlah front, akhirnya menimbulkan keseimbangan kompromis di antara kelas-kelas yang bersaing. Budaya adalah salah satu situs kunci tempat terjadinya perjuangan bagi hegemoni; dan dalam arena kebudayaan pop-lah isu-isu kepemimpinan moral dan intelektual dipecahkan. Menurut Andrew Edgar dan Peter Sedgwick (2005), tradisi kajian budaya yang menekankan penggunaan teori hegemoni ini, dan sebab itu berwatak Marxis, adalah ciri khas dari kajian budaya Inggris. “*The theory of hegemony was of central importance to the development of British cultural studies (particularly the CCCS). It facilitated analysis of the ways in which subordinate groups actively resist and respond to political and economic domination. The subordinate groups need not be seen merely as the passive dupes of the dominant class and its ideology*” (h. 165).

[192] Konsep hegemoni ini menjadi model analisis yang begitu populer dalam kajian budaya. Kendati kebudayaan tertentu dikonstruksi dalam keragaman arus makna, tetapi, menurut Williams (1973) dan Hall (1977) (dalamBarker, 2004: 274), ada suatu unsur makna yang dapat disebut sebagai induk atau bersifat dominan. Proses penciptaan, pemeliharaan, dan reproduksi seranghkaian makna dan praktik otoritatif ini, kata Gramsci dalam *Prison Notebooks* (1968), disebut sebagai “hegemoni budaya”. Hegemoni dimenangkan daan bukan diterima; lebih jauh lagi, hegemoni perlu terus-menerus dimenangkan ulang dan dinegosiasikan ulang. Hal ini menjadikan kebudayaan sebagai lahan konflik dan perjuangan untuk menemukan makna. Satu hal yang sentrakl dalam analisis Gramsci adalah hegemoni melibatkan pendidikan dan pemenangan konsensus, daripada pemakaian kekuatan dan koersi semata.

[193] Tentang teori “artikulasi” dari Hall ini, Storey (1996: 4) menulis bahwa Hall, “*argues that cultural texts and practices are not inscribed with meaning, guaranteed once and for all by the intentions of production; meaning is always the result of an act of* ‘*articulation*’ *(an active process of* ‘*production in use*’*). The process is called* ‘*articulation*’ *because meaning has to be expressed, but it is always expressed in a specific context, a specific historical moment, within a specific discourse(s). Thus expression is always connected to and conditioned by context.*” Bandingkan gagasan Hall ini dengan gagasan Paul Willis dalam *Common Culture* (1990) mengenai “*grounded aesthetics*”. Elaborasi ringkas mengenai “*grounded aesthetics*” ini dapat dibaca dalam Storey (1996: 133). Bandingkan pula dengan konsep subkultur (*subculture*) yang dikemukakan oleh D. Hebdige dalam *Subculture: The Meaning of Style* [1979]. Subkultur dapat didefinisikan sebagai suatu tentangan (kaum muda) terhadap hegemoni (kultur ortodoks/orangtua) yang mengambil pelbagai komoditas yang secara komersial tersedia untuk tujuan dan makna subkultur itu sendiri. Produk-produk dipadukan atau diubah dengan cara yang tidak diniatkan oleh produsernya; komoditas diartikulasikan kembali untuk menghasilkan makna-makna oposisional. Lihat Storey (1996: 117-123).

[194] Menyangkal pasivitas konsumsi bukan berarti menampik bahwa kadangkala konsumsi itu pasif; mengingkari bahwa budaya pop itu bukan korban penipuan bukan berarti menyangkal bahwa sekali waktu kita semua bisa menjadi korban penipuan. Melainkan, ini berarti menolak pandangan bahwa budaya pop sama sekali tidak lebih daripada budaya yang terdegradasi, yang berhasil ditimpakan dari atas (kelas dominan), unruk meraup keuntungan ekonomis dan menjamin kontrol ideologis (Storey, 1996: 5-6).

[195] Perlawanan terhadap kekuatan sang penguasa oleh mereka yang lemah di masyarakat Barat, menurut Fiske dalam *Television Culture* (1987, dalam Storey, 2004: 26), mengambil dua bentuk, semiotika dan sosial. Yang pertama terutama berkenaan dengan makna, kesenangan, dan identitas sosial; yang kedua berkenaan dengan transformasi sistem sosial-ekonomi. Fiske mengemukakan bahwa "keduanya sangat terkait erat, meskipun relatif otonom".

[196] Menurut McGuigan (*Cultural Populism*, 1992, dalam Storey, 2004: 281), Fiske merupakan seorang pemikir yang mengorbankan determinasi ekonomi dan teknologi demi menyediakan tempat bagi kerja penafsiran. Fiske dianggap telah melakukan kesalahan karena menggunakan analisis versi hermeneutika murni dalam melakukan studi budaya. Fiske merupakan contoh klasik dari pertentangan pemikiran dalam studi budaya, terutama tentang konsumsi, antara teori hegemoni neo-Gramscian dan "revisionisme baru". Revisionisme baru itu sendiri adalah sebuah studi budaya yang analisisnya bertumpu pada model hermeneutika, dan merupakan reaksi terhadap teori hegemoni neo-Gramscian. Revisionisme baru sering dianggap merepresentasikan suatu momen pengunduran diri dari posisi yang lebih kritis dalam studi budaya. Namun, dalam pandangan Storey (h. 282), Fiske sesungguhnya tidak sepenuhnya lepas dari pemikiran teori kritis karena ia menolak pandangan bahwa industri budaya kapitalis sekedar membuat suatu jenis produk yang produk akhirnya hanyalah ilusi hasil dari promosi ideologi kapitalis. Fiske juga menolak pendapat bahwa massa, "rakyat", adalah pihak yang hanya bisa pasif dalam merespons serbuan industri budaya kapitalis.

[197] Konsumsi adalah suatu proses menghabiskan atau mentransformasikan nilai-nilai yang tersimpan dalam di dalam sebuah objek. Konsumsi dapat dipandang sebagai proses sebuah proses objektivikasi, yaitu proses eksternalisasi dan internalisasi diri lewat objek-objek sebagai medianya. Di sini, terjadi proses *menciptakan nilai-nilai* melalui objek-objek, dan kemudian memberikan pengakuan serta menerima nilai-nilai ini. Dari sudut pandang lingustik, *konsumsi* dapat dipandang sebagai proses menggunakan atau mendekonstruksi tanda-tanda yang terkandung di dalam objek-objek oleh para konsumer, dalam rangka menandai relasi-relasi sosial. Dalam hal ini, objek dapat menentukan status, prestise, dan simbol-simbol sosial tertentu bagi para pemakainya. Objek membentuk perbedaan-perbedaan sosial dan menaturalisasikannya melalui perbedaan-perbedaan pada tingkat semiotik atau penandaan. Dalam diskursus kapitalisme mutakhir, perkembangan masyarakat pascaindustrial sekarang ini (yang ditandai oleh perkembangan yang dominan dalam teknologi komunikasi dan informasi) tidak dapat dipisahkan dari perkembangan konsumerisme dan terbentuknya masyarakat konsumer. Masyarakat konsumer (*consumer society*) adalah masyarakat yang menciptakan nilai-nilai berlimpah ruah melalui barang-barang konsumer serta menjadikan konsumsi sebagai pusat aktivitas kehidupan. Lihat Piliang (2003: 19, 143-144).

[198] Selain Fiske, Chamber dalam *Popular Culture: The Metropolitan Experience* [1986] dan Hebdige dalam *Hiding in the Light* [1988] telah lebih dulu mendiskusikan tema konsumer aktif dan kreatif ini.

[199] Dalam *Merriam-Webster's 11th Collegiate Dictionary* (2003), entri "*premise*" memiliki arti pokok: *a proposition antecedently supposed or proved as a basis of argument or inference.* Sedangkan entri "*postulate*" berarti: *a hypothesis advanced as an essential presupposition, condition, or premise of a train of reasoning.*

[200] Dalam *Merriam-Webster's 11th Collegiate Dictionary* (2003), entri "modus" (*mode*) berarti: (1) *a particular form or variety of something* (*flying and other modes of transport*); (2) *a form or manner of expression*; (3) *a possible, customary, or preferred way of doing something* (*explained in the usual solemn mode*); (4) *a manifestation, form, or arrangement of being; specifically: a particular form or manifestation of an underlying substance*. Istilah ini sinonim dengan 'metode' (*method*).

[201] Istilah "plurikulturalitas" digunakan Ihde untuk membedakannya dari istilah "multikulturalitas". Istilah yang disebut terakhir ini merujuk kepada makna keberagaman budaya atau fenomena persilangan

budaya (*cross-cultures*), namun tidak secara niscaya terbentuk berkat mediasi teknologi. Plurikulturalitas terjadi berkat teknologi (lihat Lim, 2008: 143). Istilah "multikulturalitas" juga berbeda artinya dengan "pluralitas". Konsep multikulturalitas menuntut adanya kehendak untuk saling memahami di antara unsur-unsur yang berbada, sedangkan konsep pluralitas sekedar menunjukkan adanya kondisi keberagaman. Tetapi, setiap tatanan multikulturalitas terbentuk dari kondisi dasar pluralitas.

[202] Konsepsi Ihde perihal plurikulturalitas ini, yakni sebagai heterogenitas yang terbentuk oleh pengaruh teknologi dalam masyarakat kapitalis-industrial yang menyebar secara global, memiliki relevansi dengan gagasan sosiolog globalisasi Douglas Kellner dalam "Theorizing Globalization" (2002, dalam Ritzer, 2004: 590-591) tentang "tekno-kapitalisme" (*techno-capitalism*), yakni hubungan dialektis antara tekno-sains dan ekonomi kapitalis. Menurut Kellner, globalisasi adalah produk dari *revolusi teknologi* sekaligus restrukturisasi global *kapitalisme* (cetak miring dari Ritzer). Akan tetapi, prosesnya melibatkan seperangkat relasi sosial, faktor-faktor politik, dan praktik-praktik kultural (dan tentu saja arus perpindahan penduduk yang melewati batas-batas nasional). Transmutasi teknologi dan kapital itu bekerja sama menciptakan dunia baru yang mengglobal dan saling terhubung. Namun, kesalinghubungan ini bukan hanya berimplikasi pada saling penyesuaian dan meningkatnya kesamaan (dengan kata lain "homogenitas"), tetapi juga konflik, kontradiksi, dan ambiguitas (dengan kata lain "heterogenitas") yang muncul dari sisi lainnya. Perspektif dialektis ini menjadi menarik ketika dikontekstualisasikan dalam pemikiran Kellner mengenai internet. Teknologi baru ini dipakai dengan berbagai macam cara untuk mempromosikan globalisasi kapitalis (artinya mendorong pada homogenitas). Akan tetapi, internet juga dipakai untuk memobilisasi orang-orang yang menentang globalisasi (berarti mengarahkan pada heterogenitas).

[203] Pascamodernisme (*postmodernism*) adalah istilah untuk berbagai gerakan, tetapi ada beberapa ide pokok yang menandakan akhir dari modernisme (O'Donnell, 2009: 142). Menurut Piliang (1998: 20), pascamodernisme adalah suatu gerakan kebudayaan pada umumnya yang dicirikan oleh penentangan terhadap totalitarianisme dan univerasalisme (yang menjadi ciri kuat modernisme), serta kecenderungannya ke arah keanekaragaman, ke arah melimpah-ruah dan tumpang-tindihnya berbagai citraan dan gaya sehingga menimbulkan fragmentasi, kontradiksi, dan pendangkalan makna kebudayaan. Istilah "pascamodernisme" digunakan pertama kali oleh Charles Jenks di dalam bukunya *The Language of Postmodern Architecture* [1975]. Jenks berpendapat bahwa ada gaya yang berusaha dengan sengaja mencampur gaya dari berbagai zaman dalam struktur yang sama. Percampuran dan perujukan-lintas ini mengungkapkan perasaan ironis, kesadaran diri bahwa manusia adalah bagian dari aliran waktu dan sejarah, dan bahwa tiap abad mempunyai gaya seni, gaya bangunan, gaya mode, gaya berpikir dan seterusnya. Semua pemikiran dan kreasi manusia dikondisikan oleh zaman. Tiap era sama nilainya (walau berdasarkan penilaian selera, orang bisa mendahulukan yang satu terhadap yang lain), dan tidak tidak ada satu pun yang lebih baik hanya karena ia lebih segar dan lebih baru, ren terakhir di kota. Secara ironis, pascamodernisme menyadari keterbatasan rasio manusia dan keberadaanya dalam cakupan dimensi waktu. (O'Donnell, 2009: 143).

Perkembangan pascamodernisme itu sendiri tidak dapat dilepaskan dari proses transformasi dalam masyarakat pelaku kebudayaan, yang disebut proses "modernisasi". Modernisasi adalah proses mobilisasi sumber daya, mobilisasi barisan produksi dan konsumsi massa, pengembangan teknologi informasi dan komunikasi global, kehidupan metropolitan, serta sekualrisasi nilai dan norma. Singkatnya, adalah modernisasi yang memungkinkan umat manusia hidup di dalam apa yang disebut oleh Marshall McLuhan sebagai desa dunia (*global village*). Namun ironisnya, proses ini pula yang dalam bentuk mutakhirnya telah memungkinkan lahirnya suatu tatanan masyarakat baru, yaitu masyarakat konsumer (*consumer society*) (Piliang, 1998: 287). Diskusi yang cukup tuntas mengenai wacana (*discourse*) pascamodernisme ini—khususnya dalam ranah keilmuan seni, sastra, dan arsitektur—dapat dibaca buku Piliang lainnya, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna* (Jalasutra, 2003).

[204] Tesis bahwa implikasi globalisasi pada tataran kultural adalah—atau justru—memicu kesadaran akan identitas-identas lokal (lokalitas)—sesuatu yang sering disebut sebagai "paradoks globalisasi"—sudah banyak dikaji sebelumnya. Fenomena ini memunculkan kondisi heterogenitas budaya, sebagai kontras dari homogenitas budaya yang juga ditimbulkan oleh proses globalisasi. Heterogenitas budaya adalah produk dari suatu proses yang disebut—meminjam istilah Roland Robertson (1994)—"glokalisasi" sebagai sintesis unsur global dengan unsur lokal. Para ilmuwan yang bertolak dari

perspektif teori sosial modern cenderung untuk memfokuskan analisisnya pada kekuatan pengaruh globalisasi terhadap berbagai budaya lain yang berbeda sehingga memunculkan fenomena homogenitas budaya. Teoretikus sosial seperti George Ritzer (*The McDonaldization of Society*, 1993) dan Anthony Giddens (*The Consequences of Modernity*, 1990) adalah pendukung perspektif yang menekankan homogenitas. Sebaliknya, ilmuwan yang bertolak dari perspektif teori sosial pascamodernis cenderung untuk memfokuskan perhatiannya pada kekuatan identitas-identitas lokal untuk bertahan secara kreatif dari pengaruh globalisasi sehingga dapat memunculkan fenomena heterogenitas budaya. Mike Featherstone (*Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, 1990) dan Roland Robertson ("Globalisation or Glocalisation", dalam *Journal of International Communication I*, 1994) adalah contoh teoretikus sosial yang menekankan pada perspektif heterogenitas. Tetapi ada pula perspektif "tengah" yang menekankan secara seimbang konsekuensi-konsekunesi globalisasi, baik itu homogenitas maupun heterogenitas, seperti Arjun Appadurai (*Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, 1996). Diskusi mengenai homogenitas-heterogenitas ini dapat dibaca, antara lain, dalam Ritzer (2006) dan Ritzer & Goodman (2004).

Wacana globalisasi itu sendiri tidak hanya dapat dianalisis secara kultural, tetapi juga secara ekonomi, politik dan atau institusional (Ritzer, 2004: 588). Dalam masing-masing kasus, perbedaan kuncinya adalah apakah seseorang melihat meningkatnya homogenitas atau heterogenitas. Globalisasi kultural menekankan entah itu homogenitas atau heterogenitas. Dengan kata lain, globalisasi ini dapat dilihat sebagai ekspansi transnasional dari kode dan praktik bersama (homogenitas), atau sebagai proses di mana banyak input kultural lokal dan global saling berinteraksi untuk menciptakan semacam perpaduan yang mengarah ke pencangkokan kultur (heterogenitas).

Teoretisi yang memfokuskan pada faktor-faktor ekonomi cenderung menekankan arti penting ekonomi dan efeknya yang bersifat *homogenizing* terhadap dunia. Mereka umumnya melihat globalisasi sebagai penyebaran ekonomi pasar ke seluruh kawasan dunia yang berbeda-beda. Misalnya adalah George Stiglitz, seorang pemenang Nobel Ekonomi, dalam *Globalization and Its Discontents* [2002]. Namun demikian, ini tidak berarti bahwa semua perspektif ekonomi sepakat dengan kesimpulan tersebut. Van der Bly (2007), misalnya, melalui penelitian di sebuah desa yang sangat terglobalisasi secara ekonomi di Republik Irlandia, ia membuktikan bahwa globalisasi ekonomi tidak mengakibatkan terbentuknya homogentitas budaya; sebaliknya, demikian Van der Bly menyimpulkan, globalisasi justru menciptakan heterogenitas.

> *Dominant economic globalization causes a resurgence of local identity, a reinvention of local history and a revival of the indigenous language. An expansive global identity both provokes and facilitates an explanatory local identity. The results confirm that globalization of culture creates heterogeneity, but within the context of one world culture, namely as local adaptations of world cultural forms*.

Sedangkan orientasi politik/institusional—seperti halnya orientasi ekonomi—juga cenderung menekankan pada homogenitas. Teoretikus yang beroperasi dalam perspektif politik ini antara lain John Meyer dkk. melalui artikel bertajuk "World Society and the Nation State" (1997, *ibid.* 589). Kajian mereka berfokus pada penyebaran model *nation-state* di seluruh dunia dan menyimpulkan bahwa model tata pemerintahan di seluruh dunia berkembang ke arah yang kurang lebih serupa. Pemikir lain adalah Arjun Appadurai yang terkenal dengan buku *Modernity at Large* tersebut (*ibid.* 597). Appadurai melihat pertumbuhan institusi dan organisasi transnasional banyak menghilangkan kekuasaan negara-bangsa dan struktur lokal lainnya.

[205] "Globalisasi" itu sendiri adalah sebuah istilah yang telah memperoleh begitu banyak perhatian akademik maupun populer dalam beberapa dasawarsa terakhir. Perdebatan akademik dari beragam disiplin keilmuan mengenai fenomena ini, apakah ia merupakan realitas atau hanya klaim sebagian kalangan ilmuwan sosial, telah dihimpun oleh David Held dan Anthony G. McGrew dalam *The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate* (2003).

[206] Konsep plurikulturalitas dari Ihde ini menentang prediksi tentang keseragaman akibat teknologi yang dicemaskan oleh Herbert Marcuse dalam karyanya yang mashur, *One Dimensional Man*, atau ramalan ihwal kemenangan teknologi dari Jacques Ellul dalam *The Technological Society* (1964). Teknologi mengandung keberagaman yang tajam dan ambiguitas ganda. Konsep plurikulturalitas ini dapat dipandang sebagai petunjuk bahwa teknologi itu tidaklah bebas-nilai (*value-free*). Konsep plurikulturalitas dipakai untuk mendekonstruksi ilusi kenetralan teknologi pada tingkat budaya. Lihat Lim (2008: 143).

[207] Meskipun ketiga proses itu secara bersama-sama mendorong ke arah homogenisasi, tetapi masing-masing memiliki karakteristik dan skala pengaruh yang berbeda-beda. Diskusi agak mendalam tentang hal ini dapat dibaca dalam Ritzer (2006: 107-122).

[208] Elemen-elemen esensial dari glokalisasi menurut Robertson (dalam Ritzer, 2006: 104) adalah: (1) dunia sedang tumbuh menjadi lebih pluralistik; dan (2) individu-individu dan komunitas-komunitas lokal memiliki kemampuan besar untuk menyesuaikan diri, memperbaharui, dan melakukan manuver dalam sebuah dunia glokal. Teori glokalisasi melihat individu-individu dan kelompok-kelompok sebagai agen-agen yang penting dan kreatif (102-103). Kasus-kasus yang digambarkan oleh James Watson mengenai McDonald's di Asia (lihat "Modus Ketiga" dalam bab ini, khususnya pembahasan mengenai perubahan fungsi teknologi karena penggunaannya pada budaya lain) memperlihatkan fenomena glokalisasi ini. Dalam kasus-kasus itu, McDonald's yang terglokalisasi dilukiskan secara positif, dan mereka dimanfaatkan tidak hanya untuk melawan ide tentang globalisasi yang berdaya menyeragamkan, namun juga untuk menjadi kritis terhadapnya, baik secara implisit maupun eksplisit. Namun demikian, tidak semua pemikir globalisasi menganggap fenomena glokalisasi sebagai sesuatu yang positif sebagaimana Robertson. Sosiolog konsumsi George Ritzer (2006), misalnya, tidak beranggapan positif karena fenomena ini juga menunjukkan adanya elemen-elemen yang hilang—sekaligus penurunan nilai/derajat—dari entitas lokal.

Konsep lain yang sering dianggap sebagai sinonim untuk glokalisasi adalah kreolisasi (*creolization*). Istilah kreolisasi sering digunakan secara bergantian dengan "percampuran" sehingga contoh berikut dapat digunakan untuk menggambarkan kedua konsep tersebut (seperti halnya glokalisasi): ”Duduk di dalam sebuah kedai kopi [Starbucks] di London [mereka sekarang ada di mana-mana] minum kopi espreso Italia yang disajikan oleh seorang pelayan Aljazair sampai alunan lagu Beach Boys berjudul 'I wish they all could be California girls'" (Ritzer, 2006: 105).

[209] Terkait dengan ketiga jenis efek globalisasi ini (homogenitas, heterogenitas, hibriditas), Katina Kuhn dalam artikelnya, "Consumerist Lifestyles in the Context of Globalization: Investigating Scenarios of Homogenization, Diversification and Hybridization" (2009) telah membahas secara sosiologis hubungan yang kompleks di antara ketiga entitas tersebut untuk memahami proses globalisasi kultural; dan mengusulkan suatu pandangan terpadu (integrasi agen dan struktur) agar dapat menemukenali karakter dielektis dari globalisasi

[210] Konsep homologi, menurut Paul Willis dalam *Profane Culture* (1978, dikutip Barker, 2004: 339), mengaitkan suatu kebudayaan yang hidup di suatu tempat sebagai serangkaian "hubungan konstitutif" dengan objek, artefak, institusi, dan praktik sistematis liyan (*the other*) yang mengitarinya. Homologi adalah hubungan sinkronis di mana struktur sosial, nilai sosial, dan simbol budaya dikatakan "saling bersesuaian". Analisis homologis, yang bersifat sinkronis, merekam gambaran struktur sosial dan simbol budaya. Ini meliputi dua level analisis yang saling terkait: telaah atas kelompok sosial dan telaah atas item-item budaya yang lebih mereka sukai. Lebih lanjut Willis mengatakan bahwa pada dasarnya homologi terkait dengan sejauh mana, dalam struktur dan kandungannya, *item-item* tertentu sejalan dan mencerminkan struktur, gaya, persoalan tipikal, sikap dan perasaan suatu kelompok sosial. Di mana homologi ditemukan, di situlah mereka sebenarnya paling baik dipahami strukturnya. Permainan berkelanjutan antara suatu kelompok dengan item tertentu akan menghasilkan gaya, makna, kandungan, dan bentuk-bentuk kesadaran spesifik. Homologi, demikian diyakini Willis, terdapat dalam setiap subkultur. Kreativitas dan respons budaya kelompok-kelompok subkultur tidaklah acak, melainkan mengekspresikan hubungan sosial di dalamnya. Di dalam logika tindakan budaya, mereka ”memahami” sesuatu yang menjadi kondisi eksistensi mereka sendiri.

[211] Dalam pandangan sosiolog konsumsi George Ritzer (2003: 372), yang menyitir pemikiran pemikir Mike Featherstone dalam *Consumer Culture and Postmodernism* [1991], masyarakat pascamodern adalah masyarakat konsumen. "Seperti yang telah kita saksikan," demikian kata Ritzer, ”masyarakat kapitalis [modern] *telah* mengalami pergeseran perhatian dari produksi ke konsumsi. [...] Meskipun memproduksi barang dengan harga yang murah tetap penting, tetapi perhatian terus-menerus dicurahkan untuk mendorong masyarakat mengonsumsi sesuatu lebih banyak dengan variasi yang lebih besar."

[212] McDonaldisasi adalah istilah yang dikemukakan oleh George Ritzer (sosiolog dari Universitas Maryland) dalam *The McDonaldization of Society* (1993) untuk menunjukkan suatu proses sosial

berlakunya prinsip-prinsip restoran cepat saji McDonald’s pada berbagai sektor masyarakat (bukan hanya bisnis restoran, tetapi juga pendidikan, dunia kerja, biro periklanan, politik, program diet, keluarga, dan lainnya) di seluruh dunia. Uraian berikut ini, yang dinukil dari uraian Antariksa (2000) yang menjelaskan empat prinsip model McDonald’s yang ditesiskan oleh Ritzer (ini diistilahkan sebagai “McDonaldisasi”).

Pertama, McDonald's menawarkan efisiensi. Sistem McDonald’s menawarkan kepada konsumernya sebuah metode yang optimal untuk mendapatkan satu hal ke hal yang lain. *Kedua,* McDonald's menawarkan makanan dan layanan yang terkuantifikasi dan terkalkulasi (*calculability*). McDonald’s bermaksud membuktikan nilai budaya yang diyakini banyak orang bahwa “yang lebih besar adalah yang lebih baik”, kuantitas adalah sejajar dengan kualitas. Karena itu mereka menciptakan menu yang disebut “*Big Mac*”. Ada bentuk kalkulasi lain yang ditawarkan McDonald's, adalah penghematan waktu. McDonald’s menjanjikan, entah benar atau tidak, bahwa pergi dan makan di McDonald’s lebih hemat waktu ketimbang makan di rumah.

Ketiga, McDonald’s menawarkan keterprediksian (*predictability*). Big Mac yang dimakan di Malioboro Mall akan sama isi dan rasanya dengan yang dimakan di New York atau Chicago. Big Mac yang dipesan minggu depan atau tahun depan akan identik dengan Big Mac yang dimakan hari ini. Mengetahui bahwa McDonald’s tidak menawarkan kejutan adalah sebuah kenyaman besar, bahwa makanan yang dimakan dalam satu waktu atau satu tempat pasti akan identik dengan yang akan dimakan di waktu dan tempat yang lain. Orang tahu bahwa Big Mac berikutnya yang ia makan tidak akan tidak enak, tidak ada pengecualian bagi kelezatan, semuanya pasti akan lezat dan enak.

Keempat, McDonald's menawarkan kontrol, terutama penggantian pekerja manusia dengan mesin. Orang-orang yang bekerja di restoran cepat saji dilatih untuk melakukan hal-hal yang sangat terbatas dengan sangat tepat seperti yang diperintahkan. Manajer harus mendapat kepastian bahwa semuanya bekerja pada jalurnya. Orang yang makan di di restoran cepat saji juga terkontrol, meskipun secara tidak langsung. Aturan-aturan, menu terbatas, pilihan terbatas, kursi yang tidak nyaman untuk diduduki berlama-lama, semuanya mengarahkan acara makan seperti yang diinginkan oleh manajemen: makan cepat dan pergi. McDonald's juga mengontrol orang dengan mengganti pekerja manusia dengan mesin. Pekerja manusia, betapapun terlatihnya mereka, masih dapat berbuat kesalahan yang akan mengacaukan sistem. Dengan banyak alasan lain, McDonald's mengganti manusia dengan mesin, seperti *soft-drink dispenser* yang akan berhenti secara otomatis begitu gelas penuh, mesin penggoreng kentang yang akan berbunyi begitu kentang renyah, mesin pembayaran yang terprogram yang membuat kasir meminimalkan penjumlahan, dan yang segera menyusul adalah robot pembuat hamberger. Semua teknologi ini menjanjikan kerja yang lebih terkontrol di restoran cepat saji. Keempat prinsip dalam tesis McDonaldisasi tersebut dibahas secara lebih khusus dalam buku Ritzer berikutnya, *The McDonaldization Thesis: Explorations and Extensions* (1998). Empat prinsip tersebut juga dibahas secara ringkas dalam buku Ritzer yang lain (bersama Douglas J. Goodman), *Teori Sosiologi Modern* (2004—edisi terjemahan Indonesia).

[213] George Ritzer adalah *distinguished university professor* di Universitas Maryland. Ia pernah menjabat sebagai salah seorang ketua (Section on Theoretical Sociology and Organizations and Occupations) pada American Sociological Association. Minat utamanya adalah teori sosiologi dan sosiologi konsumsi. Minat teoretis utamanya adalah metateori dan teori sosial terapan. Dalam metateori, kontribusi utamanya antara lain *Metatheorizing in Sociology* (1991), *Sosiology: A Multiple Paradigm Science* (1980), dan *Toward on Integrated Sociological Paradigm* (1981). Karya-karya utamanya di bidang aplikasi teori sosial, khususnya yang berhubungan dengan konsumsi, antara lain *The McDonaldization of Society* (1993), *Expressing America: A Critique of the Global Credit Card Society* (1995), *The MdDonaldization Thesis* (1998), *Enhancing a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption* (1999), dan The Globalization of Nothing (2003). Karya-karya Ritzer telah diterjemahkan ke berbagai bahasa; misalnya, untuk *The McDonaldization of Society* saja, sudah ada sekitar dua belas terjemahan. Lihat Ritzer (2004: iii).

[214] Sejarah kelahiran restoran cepat saji (*fast food restaurant*) bermula dari kebaradaan makanan cepat saji yang dijual di *snack bar* pada awal abad ke-20. Makanan cepat saji itu sendiri memilki sejarah yang lebih panjang. Salah satu versi (lihat Sari, 2008: 5) menyatakan bahwa sejarah makanan cepat saji dimulai pada abad ke-19 saat era industri di Amerika Serikat mulai tumbuh. Saat itu masyarakat sedang berubah dari masyarakat agraris ke masyarakat industri. Mereka pun mengalami perubahan budaya, dari

budaya agraris yang longgar dalam penggunaan waktu, menuju budaya industri yang ketat dalam soal penggunaan waktu. Jika sebelumnya mereka tidak memiliki jadwal ketat dalam pekerjaan, kini mereka memiliki jadwal-jadwal yang harus dipatuhi. Mereka harus bekerja 8-10 jam sehari, dengan waktu istirahat yang pendek, sehingga harus efisien dalam memanfaatkan waktu makannya. Sebagai solusi, muncullah makanan cepat saji. Disebut "cepat saji" karena cara penyajiannya cepat sehingga semua orang bisa menyantapnya sambil berdiri atau berjalan-jalan atau sambil mengerjakan suatu pekerjaan.

[215] McDonald's Corporation adalah rangkaian restoran cepat saji terbesar di dunia. Bisnis perusahaan ini dimulai di tahun 1940 dengan dibukanya sebuah restoran oleh Dick dan Mac McDonald, di San Bernardino, California. Mereka memperkenalkan "*Speedee Service System*" pada tahun 1948, yang kemudian menjadi pinsip dasar restoran siap saji modern. Maskot awal McDonald's, yang bernama Speede, adalah seorang pria dengan kepala berbentuk hamburger yang menggunakan topi koki. Speede kemudian digantikan oleh Ronald McDonald di tahun 1963. Hidangan utama di restoran-restoran McDonald's adalah hamburger, namun mereka juga menyajikan minuman ringan, kentang goreng, dan filet ayam, dan hidangan-hidangan lokal yang disesuaikan dengan tempat restoran itu berada (lihat http://id.wikipedia.org).

[216] Restoran McDonald's pertama di Indonesia (di sini terkenal dengan sebutan "McD") terletak di Sarinah, Jakarta, dan dibuka pada 23 Februari 1991. Berbeda dari kebanyakan restoran McDonald's di luar negeri, McDonald's juga menjual ayam goreng dan nasi di restoran-restorannya di Indonesia. Sampai pada tahun 2004, McDonald's memiliki 30.000 rumah makan di seluruh dunia dengan jumlah pengunjung rata-rata 50.000.000 orang dan pengunjung per hari dan rumah makan 1.700 orang. Dengan ekspansi agresifnya ke seluruh penjuru dunia, McDonald's dijadikan sebagai simbol globalisasi dan penyebar gaya hidup orang Amerika (http://id.wikipedia.org). McDonald's yang masuk ke Indonesia ini, menurut lembaga Franchise Key (http://www.franchisekey.com/id), telah memiliki lebih dari 100 gerai (*outlet*) yang tersebar di kota kota besar di Indonesia. Kesuksesan yang dimiliki waralaba McDonald's Indonesia adalah berkat standarisasi serta penjagaan kualitas yang ketat serta adaptasi produk di negara di mana waralaba McDonald's berada.

[217] Dalam "Postmodern Dining: Contemporary Reflections on Food Trends" (2008), lembaga penelitian perilaku konsumer Tinderbox mendefiniskan "*food culture*" sebagai "*the entire, dynamic apparatus of people, places and products driving historical shifts in the definition of quality in the food category*".

[218] Alat konsumsi baru (*new means of consumption*) adalah sejumlah alat konsumsi yang diciptakan pada paro akhir bad ke-20, sebagian besar di antarnya merupakan produk masyarakat Amerika Serikat. Alat baru itu telah menjadi sangat penting di Amerika Serikat, dan alat konsumsi baru ini dalam bermacam-macam bentuk diekspor ke seluruh dunia. Dua alat konsumsi baru yang paling penting dalam kehidupan masyarakat modern dewasa ini adalah restoran cepat saji (*fast food restaurant*) dan kartu kredit. Menurut pemikir globalisasi Mike Featherstone [1991], masyarakat pascamodern adalah masyarakat konsumer. Masyarakat konsumer adalah masyarakat kapitalis (modern) yang telah mengalami pergeseran perhatian dari produksi ke konsumsi. Meskipun mereka memproduksi barang dengan harga yang murah tetap penting, tetapi perhatian terus-menerus dicurahkan untuk mendorong masyarakat mengonsumsi sesuatu lebih banyak dengan variasi yang lebih besar. Dalam bidang konsumsi ini, perhatian biasanya dititikberatkan pada pemasaran dan iklan. Tetapi, alat konsumsi juga faktor penting. Alat konsumsi baru hanyalah alat yang memungkinkan [dan memudahkan] masyarakat untuk mengkonsumsi. Alat konsumsi baru ini mendesakkan secara finansial, psikologis, dan materi kepada masyarakat untuk membeli lebih daripada apa yang mereka perlukan; membelanjakan uang lebih dari yang seharusnya. Tidak dapat dibantah bahwa kapitalisme memerlukan untuk melakukan hal demikian guna menjaga operasi ekonomi pada tingkat pertumbuhan yang tinggi. Jadi, kapitalisme adalah kekuatan utama bagi penemuan alat konsumsi baru tersebut. Kenyataannya, pada masa sekarang ini perhatian sepertinya lebih dicurahkan untuk menciptakan alat konsumsi baru daripada penciptaan alat produksi baru seperti pada masa yang lebih tradisional. Maka, jika masyarakat pascamodern adalah masyarakat konsumer, maka alat konsumsi baru adalah elemen kunci dunia pascamodern. Di sini ada jumlah uang yang sangat besar dihabiskan untuk kesemarakan iklan dari pelbagai alat konsumsi baru, dan ini meruapakan refleksi atas pentingnya pertumbuhan konsumsi dalam kapitalisme modern. Lihat Ritzer (2001 & 2003: 368-374).

[219] Konsep lain yang hampir serupa dengan hibriditas adalah sinkretisme. Namun—berbeda dengan hibriditas—sinkretisme bukan merupakan satu kesatuan yang lebih tinggi (bentuk baru) dari berbagai

elemen berbeda. Sinkretisme, sebagaimana yang dikemukakan oleh Marcos Becquer dan Jose Gatti dalam artikel "Element of Vogue" (1991, dalam Piliang, 1998: 172-173), merupakan satu bentuk artikulasi taktis berbagai elemen berbeda untuk menghasilkan perbedaan identitas. Ketimbang membentuk satu kesatuan yang homogen dan lebih tinggi, siknkretisme menyususn satu rangkaian elemen-elemen heterogen berbeda dalam upaya mengubah hubungan mereka satu sama lain. Sinkretisme menghadirkan elemen bersama-sama secara formal, yang identitas utamanya secara mutual diubah dalam proses pertemuannya. Perbedaan elemen-elemennya tidak dileburkan atau dilenyapkan dalam proses perubahan ini, akan tetapi secara strategis dibentuk dalam satu kancah perang posisi yang tak habis-habisnya. Satu elemen (identitas) dan elemen (identitas) lainnya dalam sinkretisme saling tukar secara mutual berdasarkan pada permainan diferensi dan daya tarik-menarik. Sinkretisme secara terus menerus menantang stabilitas konsep-konsep identitas dan perbedaan yang esensial dan orisinal. Dalam pengertian ini, artikulasi sinkretisme terbentuk dari relasi yang dijiwai oleh kehadiran pihak lain secara parsial di dalam diri, sehingga identias masing-masing pihak dihindarkan dari pembentukan secara utuh dan orisinal.

[220] "*Rijsttafel*" adalah istilah Belanda dari kata *rijst* [*rice*] + *tafel* [*table*]. *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary* (Eleventh Edition, 2003) mengartikannya sebagai "*an Indonesian meal consisting of rice and a variety of accompanying dishes* (*as meat, seafood, and vegetables*)"

[221] Saya berpandangan bahwa, dari perspektif teknokultur, diskusi mengenai hal ini—bahwa entitas kultural dapat memengaruhi rancangan (*design*) objek teknologi—perlu untuk lebih ditonjolkan daripada membahas ide-ide tentang bagaimana teknologi dapat memengaruhi tatanan sosiokultural. Sebab, yang disebut terakhir sudah cukup didiskusikan dalam teori ANT (salah satu perspektif dalam tradisi studi STS). Dalam konteks yang lebih ekstrem, pemikiran determinisme teknologi, pun merupakan pandangan yang tampaknya lebih populer dibandingkan dengan pandangan konstruktivisme—atau bahkan determinisme—sosial/kultural.

[222] Entri "*Luddite*", dalam *Merriam-Webster's 11th Collegiate Dictionary* (2003), berarti "*one of a group of early 19th century English workmen destroying laborsaving machinery as a protest*". Dalam pengertian yang lebih umum, berarti "*one who is opposed to especially technological change*".

[223] Dalam buku ini, Mackay (1997, dalam Giddings, 2005: 2) mengatakan: *"...the effects of a technology [...] are not determined by its production, its physical form or its capability. Rather than being built into the technology, these depend on how they are consumed.*"

[224] Pandangan yang sangat ekstrem—yang karena itu justru terjebak dalam pemikiran determinisme sosial/kultural—pernah dikemukakan oleh H. Mackay dalam *Consumption and Everyday Life* (1997, dalam Giddings, 2005: 2). Mackay menyatakan bahwa "*the effects of a technology [...] are not determined by its production, its physical form or its capability. Rather than being built into the technology, these depend on how they are consumed*."

[225] Elemen pohon beringin (*ficus benjamina*) yang berada di sebelah barat alun-alun, selain elemen masjid, adalah sangat simbolik kultur keraton Jawa. Seperti dicatat oleh sejarawan Asia Tenggara asal Prancis Denys Lombard (1996: 108, 117), beringin adalah hiasan khas di sisi alun-alun. Sumber sejarah *Babad Giyanti* mencatat peran keramat pohon beringin pada pendirian keraton baru, ibukota baru, di Surakarta oleh Sunan Paku Buwana II pada tahun 1745 sebagai pengganti Kartasura yang telah dinodai oleh pasukan Cina-Jawa di bawah Sunan Kuning, lalu oleh pasukan Madura yang dipimpin Cakraningrat IV. Sementara itu, di alun-alun keraton Yogyakarta, selain ditanam berjejer di sekeliling alun-alun, ditanam juga sepasang pohon beringin (*waringin kurung*) di tengah-tengahnya, yang di mata rakyat hal itu melambangkan persatuan mistik antara rakyat dan rajanya. Dahulu kala tak seorang punberani lewat di antara *waringin kurung* itu. Dalam kosakata sehari-hari, "menguliti pohon *waringin* yang keramat" sama artinya dengan memberontak terhadap kekuasaan raja.

[226] Setelah tahun 1870, kota-kota di wilayah Hindia Belanda mengalami banyak perubahan. Hal tersebut terjadi sejalan dengan perkembangan konsep daerah jajahan yang dicanangkan oleh pemerintah kolonial sebagai lahan produktif. Kota-kota pedalaman kemudian menjadi pusat produksi hasil pertanian dan perkebunan, sedangkan kota-kota pantai dirancang sebagai pusat distribusi barang ke luar negeri. Pola semacam ini kemudian membuat ruang kota dipenuhi oleh bangunan-bangunan administrasi kolonial. Pada akhir abad ke-19, kota-kota di wilayah Hinsia Belanda dirancang mengacu pola "grid". Pola ini

merupakan konsep perencanaan kota secara modern berdasarkan pertimbangan efisiensi, dan dapat diperluas tanpa mengubah pola dasar, serta mudah diatur tata letaknya. Lihat Sachari (2007: 81-82).

[227] Salah satu contoh paling mutakhir dari sistem komunikasi *android* ini adalah telepon seluler (ponsel) bermerek Milestone buatan Motorola, perusahaan telekomunikasi Amerika Serikat terkemuka. Dengan ponsel ini, demikian diklaim oleh produsernya, sekalipun produknya sama, di tangan pemiliknya ponsel layar sentuh (*touch screen*) ini bisa memunculkan karakter berbeda-beda. Karakter ini sangat bergantung pada aktivitas penggunanya, hasrat, minat, dan kedekatan yang akan ikut membentuknya. Lihat Subarkah (*Kompas* 23 April 2010).

[228] Seperti dijelaskan oleh Lubis (2006: 166-167), masyarakat plural (*plural society*)—entah itu disebabkan oleh multiras atau multietnik atau multiagama—tidaklah sama dengan masyarakat multikultural (*multicultural society*), akan tetapi masyarakat plural adalah dasar bagi berkembangnya tatanan masyarakat multikultural. Pada konsep yang disebut terakhir ini, terdapat kehendak dari masyarakat yang saling berbeda itu untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara intens untuk membangun kesalingpahaman sehingga yang satu dapat berempati kepada yang lain. Sedangkan konsep masyarakat plural mengacu pada suatu tatanan masyarakat yang di dalamnya terdapat berbagai unsur masyarakat yang memiliki ciri-ciri budaya yang berbeda satu sama lain. Di sini masing-masing masyarakat itu hidup relatif dalam dunianya sendiri-sendiri. Hubungan antar-unsur yang berbeda itu cenderung bercorak dominatif dan karena itu juga bersifat diskriminatif—kendati wujud diskriminasi itu umumnya sangat tersamar. Jadi, keanekaragaman budaya, agama, dan bahasa tidaklah sama artinya dengan masyarakat multikultural.

[229] Istilah *designer fallacy* mirip dengan istilah '*intentional fallacy*' dalam bidang sastra di mana penafsiran suatu tulisan harus terbuka pada kemungkinan bahwa makna sebuah tulisan berbeda dengan intensi awal pengarangnya (lihat Lim, 2008: 167). Selain itu, dalam sastra juga ada istilah "*the dead of author*" untuk menunjukkan bebasnya suatu teks dari konstruk pemikiran penulisnya ketika teks itu sudah dipublikasikan.

[230] Meskipun restoran-restoran cepat saji—seperti McDonald's—dapat berubah fungsi menjadi sesuai budaya lokal tempatnya berada, tetapi dalam pandangan Ritzer (2006: 57-59) hal ini secara umum tidak mudah dilakukan. Dalam argumen Ritzer, kesulitan tersebut terjadi karena desain fisik bangunan serta perabotan di dalamnya dirancang berdasarkan prinsip-prinsip McDonaldisasi (*eficiency*, *predictabilty*, *calculability*, *control*, dan *rationality*). Restoran-restoran cepat saji dibangun dengan sebuah cara yang umumnya mencegah mereka untuk dialihfungsikan secara total. Ada kursi-kursi yang dirancang begitu tidak nyamannya sehingga orang-orang ingin meninggalkan restoran segera setelah mereka duduk. Warna-warna cerah menumbuhkan ketidaknyamanan orang-orang utnuk tinggal lebih lama di dalam restoran. Jendela-jendela *drive-through* adalah sebuah mekanisme yang sangat efisien yang mengizinkan orang untuk memperoleh makanan mereka. Di sini, interaksi dan percakapan, yang merupakan inti ari sebuah tempat, tidak didorong untuk dapat berkembang. Sistem yang ter-McDonaldisasi juga berusaha untuk menjalankan pengawasan tinggi atas para pelanggan dan pekerja melalui penggunanan teknologi, seperti mesin-mesin kentang goreng otomatis, mesin-mesin minuman ringan (*soft drink*) dengan sensor yang menghentikan aliran minuman ketika gelas sudah penuh, dan sebagainya) yang mengontrol tindakan-tindakan para pegawai. Pada sisi lain, para pegawai didorong untuk membatasi interaksi mereka dengan para pelanggan dan untuk mengandalkan *script* yang telah diset sebelumnya daripada ikut serta dalam percakapan secara bebas dan kreatif. Hasilnya adalah bahwa percakapan antara pegawai dan pelanggan sangatlah dibatasi. Hal ini sangat berbeda dengan karakter pelayanan terhadap pelanggan pada restoran-restoran tradisional yang mengembangkan hubungan personal di antara para pelanggan dan pegawai (dan kadang-kadang pemilik). Semua karakteristik tersebut menegaskan bahwa resoran-restoran cepat saji menginginkan para pelanggannya mengalami hal-hal yang cepat dan murah. Mereka tidak banyak peduli atas kualitas pengalaman yang diperleh para pelanggan di dalam restoran dan mereka juga tidak tertarik untuk berbuat banyak untuk membuat pengalaman pelanggannya bertambah baik atau lebih berarti.

[231] Postulat ini, sampai batas tertentu, memiliki kemiripan dengan gagasan Manuel Castells mengenai "informasionalisme" yang dituliskannya dalam sebuah trilogi bertajuk *The Information Age: Economy, Society, and Culture* ([*The Rise of Network Society*, 1996; *The Power of Identity*, 1997; dan *The End of Millenium*, 1998], dalam Ritzer, 2004: 583). Dalam buku-buku tersebut, Castells memeriksa kemunculan masyarakat, kultur, dan ekonomi yang baru dari sudut pandang revolusi teknologi

informasi (televisi, komputer, dan sebagainya), yang dimulai di Amerika pada 1970-an. Revolusi ini pada gilirannya mengakibatkan restrukturisasi fundamental terhadap sistem kapitalis yang dimulai pada 1980-an dan memunculkan apa yang oleh Castells disebut dengan "kapitalisme informasional". Kapitalisme jenis ini kemudian melahirkan "masyarakat informasional" (meskipun ada perbedaan kultural dan institusional penting di antara masyarakat). Keduanya didasarkan pada "informasionalisme" (sebuah mode perkembangan di mana sumber utama produktivitas adalah kapasitas kualitatif untuk mengoptimalkan kombinasi dan penggunaan faktor-faktor produksi berbasis pengetahuan dan informasi). Penyebaran informasionalisme, khususnya kapitalisme informasional, memunculkan gerakan masyarakat oposisional yang berdasarkan pada diri dan identitas ("proses yang dengannya aktor sosial mengenali dirinya sendiri dan menyusun makna terutama berdasarkan atribut kultural tertentu atau seperangkat atribut, dengan mengesampingkan referensi pada struktur sosial lain yang lebih luas"). Pergerakan seperti menghasilkan apa yang oleh Karl Marx disebut "perjuangan kelas". Harapan menentang penyebaran kapitalisme informasional dan problem yang diakibatkannya (eksploitasi, eksklusi, ancaman terhadap diri dan identitas) bukanlah pada kelas pekerja (sebagaimana pandangan Marx), tetapi (dalam pandangan Castells) pada sperangkat gerakan sosial yang berbeda (misalnya ekologis, feminis, atau "*slow food*" dalam bidang makanan) yang terutama berdasarkan identitas.

[232] Identitas, menurut Jonathan Rutherford dalam *Identity: Community, Culture, Difference* (1990, dalam Piliang, 1998: 159), merupakan satu mata rantai masa lalu dengan hubungan-hubungan sosial, kultural, dan ekonomi di dalam ruang dan waktu satu masyarakat hidup (*living society*). Setiap individu dalam satu masyarakat merupakan sintesis tidak saja dari hubungan-hubungan yang ada di masa sekarang, akan tetapi juga dari sejarah hubungan-hubungan ini. Identitas merupakan ikhtisar dari masa lalu. Dalam kaitan sosialnya, identitas merupakan sesuatu yang dimilki bersama oleh seseorang dengan sejumlah orang lain, dan sekaligus membedakannya dari kelompok orang lainnya. Pada tingkat yang paling fundamental dan individual, identitas memberikan seseorang pengertian tentang lokasi personal—titik pusat individualitas yang stabil dan mantap. Hubungan-hubungan sosial yang *inherent* dalam konsep identitas ini, menurut Peter Berger dan Thomas Luckman dalam *The Social Construction of Reality* (1981, *ibid.*: 160), mengaitkan identitas dengan proses pembentukan realitas dalam satu hubungan sosial. Identitas, kata Berger dan Luckman, merupakan satu elemen kunci dalam pembentukan realitas sosial subjektif, dan dengan demikian mempunyai hubungan yang bersifat dialektis dengan masyarakat. Identitas, dalam hal ini, dibentuk melalui satu proses sosial. Sekali suatu identitas mengkristal, ia akan dipelihara, dimodifikasi, atau bahkan diubah sama sekali melalui hubungan-hubungan sosial. Pembentukan identitas, dengan demikian, sangat ditentukan oleh pola (perubahan) sosial. Apakah suatu identitas akan dipelihara, dimodifikasi, atau diubah sama sekali dalam suatu masyarakat, sangat bergantung pada struktur masyarakat itu sendiri. Di dalam masyarakat di mana berbagai elemen yang tidak saling selaras satu sama lain hadir secara bersama-sama, berdasarkan sistem ekonomi pasar bebas—seperti masyarakat kapitalis mutakhir—konstelasi-konstelasi pada tingkat subjektif akan dimungkinkan muncul.

[233] Ritzer (2006: 230-231) memandang fenomena "kembali kepada yang lokal" ini secara pesimistik. Menurutnya, walaupun skenario-skenario seperti itu adalah mungkin dilakukan, tetapi sulit untuk berharap tentang kebangkitan kembali lokal dan prospek-prospeknya untuk melawan globalisasi. Pesimisme Ritzer ini didasarkan pada beberapa faktor. Pertama, pada awalnya kebangkitan apa pun terlibat dalam globalisasi karena kebangkitan ini merupakan sebuah reaksi melawannya. Kedua, bila lokal berhasil menarik cukup perhatian, firma-firma, bahkan firma dengan kepentingan global, akan pindah ke lokal dan berusaha untuk memperoleh kontrol atasnya. Akhirnya, bahkan kesuksesan yang lebih besar akan membvawanya kepada perhatian eksportir-eksportir pengusaha yang akan dengan agresif berusaha untuk mengekspornya—untuk mengglobalisasikannya. Jadi, kebangkitan apa pun yang lokal, khususnya yang sukses, mungkin diglobalisasikan dan dengan demikian kehilangan karakter lokal mereka.

[234] Kata *pastiche* secara klasik merujuk pada karya sastra atau musikal yang disusun dari elemen-elemen yang dipinjam dari berbagai penulis atau komposer lain atau dari penulis dan komposer tertentu di masa lalu (lihat Piliang, 2008: 187). Sedangkan Barnard (2009: 232) menjelaskan bahwa dalam pengertian klasiknya kata *pastiche* merujuk pada "*medley* musikal atau sastra di mana baik nada maupun kisahnya disajikan dalam gaya komposer atau penulis tersohor". Mengutip pendapat Jameson dalam "Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism" dalam jurnal *New Left Review* 146 (1984), Barnard (2009: 232) menyatakan

bahwa *pastiche* dapat dibedakan secara tajam dengan parodi (*parody*) yang mengandung imitasi hunor gaya penulis atau komposer. *Pastiche* adalah parodi tanpa motivasi retorika. Dengan begitu, *pastiche* mengimitasi gaya tanpa "motif parodi yang tersembunyi", tanpa "dorongan satiris" dan tanpa perasaan di luar imitasi itu, dan ada gaya asli tertentu yang ditiru. Konsep-konsep lain yang terkait erat dengan konsep *pastiche* ini adalah parodi, *kitsch*, dan *camp*. Parodi, dalam pengertian yang dikembangkan oleh Linda Hutcheon dalam *A Theory of Parody: The Tecahing of Twentieth Century Art Forms* (1985, dalam Piliang, 2008: 191) adalah satu bentuk imitasi yang dicirikan oleh kecenderungan ironik. Parodi adalah pengulangan yang dilengkapi dengan ruang kritik, yang mengungkapkan perbedaan ketimbang persamaan. Tujuan dari parodi adalah untuk mengekspresikan perasaan tidak puas, tidak senangn, tidak nyaman berkenaan dengan intensitas gaya atau karya masa lalu yang dirujuk. Dalam konteks ini, parodi menjadi semacam bentuk oposisi atau kontras di antara berbagai teks, karya, atau gaya. Satu teks, karya, atau gaya dihadapkan dengan teks, karya, atau gaya lainnya dengan maksud menyindir atau membuat lelucon darinya.

Adapun *kitsch*, dalam *The Concise Oxford Dictionary of Literary Terms* (1990, dalam Piliang, 2008: 194) didefinisikan sebagai 'segala jenis seni palsu (*pseudo-art*) yang murahan dan tanpa selera. Jean Baudrillard dalam *Revenge of the Crystal* (1990, dalam Piliang, 2008: 194) mendefinisikan *kitsch* sebagai *pseudo-objek*, yaitu sebagai "simulasi, kopi, *facsimile*, atau stereotip; sebagai pemiskinan pertandaan (*signification*) yang sesungguhnya". Definisi *kitsch* dari Baudrillard ini menyiratkan miskinnya orisinalitas, keotentikan, kreativitas, dan kriteria estetik dari *kitsch*. Lebih jauh, Piliang (2008: 195-196) menjelaskan bahwa berbeda dengan parodi yang produksinya didasarkan pada semangat kritik, bermain (*play*), produksi *kitsch* lebih didasarkan pada semangat reproduksi, adaptasi, simulasi. Produksi *kitsch* lebih dilandasi oleh semangat memassakan seni tinggi (*high art*), membawa seni tinggi dari menara gading elite ke hadapan massa melalui produksi massal; melalui proses demitoisasi nilai-nilai seni tinggi. Sebagai satu upaya memassakan seni tinggi, perkembangan *kitsch* tidak dapat dipisahkan dari perkembangan konsumsi massa dan kebudayaan media massa. Sebagai bagian dari kebudayaan massa, *kitsch* berfungsi sebagai satu bentuk komunikasi, yang tujuannya adalah untuk menghasilkan efek yang segera (*immediate effect*) yang sangat diperlukan dalam kebudayaan dan konsumsi massa. *Kitsch*, dalam hal ini, memassakan objek-objek langka, *precious*, dan unik, dan sekaligus memassakan atau memopulerkan juga nilai-nilai kebudayaan onjek-objek tersebut. Dengan demikian, *kitsch* bertolak belakang dengan *seni tinggi*. Berlawanan dengan seni tinggi yang mengutamakan nilai-nilai kebaruan, inovasi, dan kreativitas, *kitsch* miskin akan nilai-nilai tersebut, atau memilikinya dengan sangat minimal—untuk tidak mengatakan tidak ada. Akan tetapi, *kitsch* mempunyai mata rantai yang kuat dengan nilai keuntunbgan maksimum secara ekonomis oleh karena *kitsch* dapat masuk ke seluruh kelas dan lapisan masyarakat, sedangkan seni tinggi terbatas pada kelompok elite.

Konsep lainnya adalah *camp*, yang menurut Susan Sontag dalam esai bertajuk "Notes on Camp" dalam *Againts Inter-pretation* (1991, dalam Piliang, 2008: 198-200) adalah satu model *estetisisme*. Estetisisme yang dimaksud Sontag adalah satu cara melihat dunia sebagai suatu fenomena estetik, namun estetik bukan dalam pengertian keindahan atau keharmonisan, melainkan dalam pengertian *keartifisialan* dan *penggayaan*. Estetisisme semacam ini dapat dipandang positif dalam hal peranannya dalam pengembangan gaya, oleh karena itu ia adalah semacam pemberontakan menentang gaya elite kebudayaan tinggi. Keartifisialan *camp* ini dapat dikontraskan dengan pendekatan kebudayaan tinggi yang menjunjung tinggi konsep-konsep keindahan, kebaruan, dan keotentikan. *Camp* tidak begitu tertarik pada sesuatu yang otentik atau orisinal; ia sebaliknya lebih tertarik pada duplikasi (*camp* selalu melibatkan unsur duplikasi) dari apa-apa yang telah ditemukan untuk tujuan dan kepentingannya sendiri. Ia adalah satu bentuk *bricolage par-excellence*, dalam pengertian bahwa "ia menghasilkan sesuatu dari apa-apa yang sudah tersedia". Bahan bakunya adalah kehidupan sehari-hari, atau lebih tepatnya fragmen-fragmen dari realitas dalam kehidupan nyata. Apa yang ditekankan pada *camp* bukanlah keunikan dari satu karya (seni), melainkan kegairahan reproduksi dan distorsi. *Camp*—sebagaimna halnya *kitsch*—merupakan jawaban terhadap kebosanan. Ia memberikan jalan keluar yang bersifat ilusif dari kedangkalan, kekosongan, dan kemiskinan makna dalam kehidupan modern. *Camp* adalah sebuah "teriakan lantang" menentang kebosanan tersebut, dan sekaligus merupakan satu reaksi terhadap keangkuhan kebudayaan tinggi yang telah memisahkan seni dari makna-makna sosial dan fungsi komunikasi soaial. Sebagaimana *kitsch*, camp berupaya merebut karya (seni) dari menara gading kebudayaan tinggi dan membawanya ke hadapan massa—meskipun *camp* juga dibedakan dari *kitsch* dalam hal bahwa ia bukanlah satu bentuk selera rendah. *Camp*, menurut Sontag, memuja masa lalu, meskipun masa lalu bukan satu-satunya inspirasi *camp*. Hubungan *camp* dengan masa lalu bersifat sentimentil: yang didaur ulang dari masa lalu bukanlah makna-

makna ideologis, ritual, atau spiritualnya, melainkan sifat keartifisialannya. Di pandangan ini, camp menjadikan *keartifisialan* sebagai ideal estetika.

[235] Konsep *fashion* sendiri, menurut pemikir pascamodernisme Jean Baudrillard dalam "Mass Media Culture" (*Revenge of the Crystal*, 1990, dalam Piliang, 1998: 301), tidak dapat dipisahkan dari konsep daur ulang. Sistem *fashion* pada kenyataannya tidak mengikuti hukum kamajuan. Memang, setiap orang merasa perlu memperbarui diri mereka setiap tahun, setaip bulan atau setiap musim lewat pakaian, barang-barang, dan mobil mereka. Bila mereka tidak melakukan ini, mereka merasa tidak dapat menjadi anggota sejati masyarakat konsumer. Tetapi, gerak *fashion* ini tidak bisa diartikan sebagai kemajuan karena in bersifat berulang-ulang dan berusar—ia mendaur ulang tanda-tanda dan idiom-idiom tanpa ada akhirnya. Di dalam masyarakat konsumer, model semiotika *fashion* ini merupakan merupakan paradigma dalam produksi tanda-tanda, dan produksi komoditas sebagai tanda. Estetika pascamodernisme adalah estetika yang dibangun dengan mengikuti paradigma *fashion* ini. Prinsip semiotika pascamodernisme adalah bahwa semua pertandaan dapat didaur ulang.

[236] Citra (*image*) adalah sesuatu yang tampak oleh indera, akan tetapi tidak memiliki eksistensi substansial (lihat Piliang, 1998: 13).

[237] Stuart Ewen (dalam Alan Tomlinson, *Consumption, Identity & Style: Marketing, Meaning and the Packaging of Pleasure*, 1990) mendefinisikan "gaya" sebagai "proses penciptaan citraan komoditas untuk dipercayai masyarakat". Lihat Piliang (1998: 245).

[238] Penekanan pada penciptaan tanda, citra, dan gaya ini adalah karakter esensial dari konsep budaya massa (*mass culture*). Latar belakang munculnya "budaya massa" ini, dalam pandangan Strinati (2009: 29-31), merujuk pada konsekuensi-konsekuensi dari proses industrialisasi dan urbanisasi. Transformasi radikal yang dikaitkan dengan bangkitnya jenis-jenis produksi industri mekanis dan berskala besar, dan pertumbuhan kota-kota besar yang padat penduduk sebagai konsekuensi dari semakin banyaknya orang yang bekerja dan tinggal di sana, telah mengurangi stabilitas dan mengikis stuktur sosial maupun struktur nilai yang sebelumnya dipertahankan oleh banyak orang. Penghapusan kerja berbasis agraria yang terkait dengan tanah, penghancuran komunitas desa yang terjalin kuat, runtuhnya agama dan sekularisasi masyarakat yang berkaitan dengan perkembangan pengathuan ilmiah, penyebaran sistem kerja pabrik yang mekanis, monoton, dan teralienasi, kukuhnya pola-pola kehidupan anomik di kota-kota besar yang penduduknya banyak yang tidak saling kenal, relatif tidak adanya integrasi moral (sebagian di antaranya dihubungkan dengan teori masyarakat massa melalui proses industrialisasi dan urbanisasi) yang ada di balik kelahiran masyarakat massa dan budaya massa.

Dalam pandangan tersebut, industrialisasi dan urbanisasi berfungsi menciptakan apa yang disebut sebagai "atomisasi", yakni sebuah masyarakat massa yang terdiri atas orang-orang yang hanya bisa berhubungan satu sama lain seperti atom dalam sebuah senyawa fisika atau kimia—orang-orang yang kurang memiliki hubungan satu sama lain yang bermakna dan koheren secara moral. Di sini, hubungan-hubungan sosial cenderung murni bersifat kontrak, berjarak, dan sporadis, dan bukannya bersifat komunal dan benar-benar terintegrasi. Individu-individu di dalam masyarakat massa dibiarkan berbuat sesuka hatinya, semakin sedikit memiliki komunitas atau institusi untuk menemukan identitas atau nilai-nilai untuk hidup, semakin sedikit memiliki gagasan mengenai cara hidup yang layak secara moral, karena masyarakat, disebabkan oleh proses yang memunculkannya, tidak bisa memberikan solusi yang tepat dan efektif bagi permasalahan-permasalahan tersebut. Inti proses atomisasi ini adalah runtuhnya organisasi-organisasi sosial perantara yang disebabkan oleh industrialisasi dan urbanisasi. Organisasi-organisasi tersebut, semisal desa dan keluarga, memberikan suatu rasa identitas sosial, perilaku sosial, dan kepastian moral bagi individu. Sebaliknya, organisasi-organisasi modern seperti kota dan dan ilmu pengetahuan tidak melakukan hal serupa. Organisasi-organisasi itu tidak bisa melahirkan identitas, mendefinisikan perilaku maupun moralitas kekinian. Dalam sebuah masyarakat massa, orang-orang diatomisasi secara sosial maupun secara moral.

[239] Gilles Deleuze dan Felix Guattari, dalam *Nomadology: The War Machine* (1986, dalam Piliang, 2006: 90), berpendapat bahwa dalam spirit nomaden ini tidak diperlukan lagi keterikatan pada sebuah genus-identitas, dalam rangka merayakan proses perpindahan tanpa henti dari satu posisi (tanda, citra, gaya hidup) ke posisi (tanda, citra, gaya hidup) lainnya, tanpa perlu menetap (*sedentary*) dan mempunyai ketetapan (*foundation*). Di dalam ketiadaan fondasi, identitas nomad selalu berpindah, berganti penampakan, bertukar citra, berpindah konsep diri (*self*) secara terus-menerus. Dalam keadaan ini, tidak diperlukan sistem, konsistensi,

dan kontinuitas gaya hidup, sebab yang kini dirayakan adalah perpindahan, permainan, serta produktivitas tanda, citra, dan objek-objek—*deterritorialisation of life style*. Kondisi inilah yang oleh Jean Francois Lyotard, dalam *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge* (1989, dalam Piliang, 1998: 296-297), sebagai fenomena merkantilisme, yakni berubahnya status segala bentuk wacana, teramsuk pengetahuan, pendidikan, dan informasi menjadi komoditas. Menyitir argumen Jean Baudrillard dalam *For a Critique of the Political Economy of Sign* [1981], Piliang (*ibid.*: 297) menandaskan bahwa, di dalam masyarakat konsumer, justru permainan tanda dan makna yang lebih cenderung dibeli daripada nilai utilitas sebuah objek. Di dalam kegiatan konsumsi yang dilandasi oleh nilai tanda dan citraan ketimbang nilai utilitas, logika yang mendasarinya bukan lagi logika kebutuhan (*need*) melainkan logika hasrat (*desire*).

Dalam diskursus semiotika, oleh karena yang dicari para konsumer bukan lagi makna ideologis yang stabil dan permanen, melainkan permainan penanda, dan makna yang ironis, maka menurut Baudrillard, petanda (makna) sudah tidak berfungsi lagi. Fungsinya tak lebih dari alibi agar penanda (bentuk) bisa bermain secara bebas. Bangkrutnya makna (yang stabil dan substansial), pertanda, dan realitas, yang diambil alih oleh permainan bebas penanda, adalah awal dari era hiperealitas (*hyperreality*) (*ibid.*: 305). Bila model semiotika Saussurean (lihat pembahasannya pada Bab 4) menganggap petanda sebagai makna absolut, pada bahasa estetik pascamodernisme adalah permainan penanda (bentuk) yang dipentingkan, sementara makna tak lebih dari efek permainan penanda ini. "Permainan tanda" ini, dalam argumen semiotikawan Roland Barthes (*S/Z*, 1974, *ibid.*: 298), terjadi karena teks (karya) dalam perspektif pascamodernisme bukanlah sebuah produk yang menghasilkan makna tunggal atau pesan pengarang (seperti dalam teks modernisme), melainkan sebuah ruang multidimensional, yang di dalamnya bercampur aduk dan berinteraksi berbagai macam tulisan yang tak satu pun di antaranya yang orisinal. Teks adalah sebuah jaringan kutipan-kutipan yang diambil dari berbagai pusat kebudayaan yang tak terhitung jumlahnya.

[240] Baudrillard menolak identifikasi atau kategorisasi atas dirinya sebagai eksponen pascamodernisme. Baudrillard menandaskan bahwa karya-karyanya mengusung pemikiran perihal perkembangan wacana sosial-kebudayaan yang menurutnya menuju pada apa yang disebut sebagai hipermodernitas (*hypermodernity*), yaitu kondisi ketika segala sesuatu bertumbuh lebih cepat, ketika tempo kehidupan menjadi semakin tinggi, ketika setiap wacana (ekonomi, politik, seni) bertumbuh ke arah titik ekstrem—ke arah kondisi melampaui batas-batas alamiahnya. Dalam titik ekstremitas, segala fantasi dapat menjadi realitas: setiap *science fiction*, setiap angan-angan, setiap mimpi menjadi kenyataan sosial. Karakter ini, menurut Baudrillard, bukanlah isyarat telah berakhirnya sifat-sifat modernitas (antara lain: kemajuan, rasionalitas, dan universalitas), melainkan suatu kondisi yang dihasilkan oleh pergerakan lebih lanjut dari modernitas itu sendiri. Tesis ini, menurut Baudrillard, tidak sejajar dengan karakter pascamodernisme. Dalam buku *Baudrillard Live* (1993, dalam Piliang, 1998: 314), ia mengatakan bahwa "posisi saya sangat bertolak belakang dengannya (pascamodernisme): fatal sebagai tujuan maksimum, …sebagai meningkatnya segala potensi, sebagai logika proses ekstremitas, sebagai proses percepatan proses kelenyapan, semua yang oleh pascamodern secara estetik dianggap sisa-sisa". Lihat Piliang (1998: 313-314).

[241] Pemikiran pascamodernisme (tepatnya pascastrukturalisme) Jaques Derrida, dalam beberapa karyanya, khususnya *Of Grammatology* [1976], telah memberikan landasan filosofis dan lingusitik perihal diferensi (*difference*). Melalui filsafat dekonstruksi (*deconstruction*), Derrida menentang sistem pertandaan dan identitas yang statis, yang mengontrol sekaligus menghalangi tumbuhnya identitas-identitas baru. Derrida menekankan kebebasan yang dimiliki tanda atau identitas untuk bermakna sesuai tempat dan waktu. Dalam konteks teori linguistik, Derrida melakukan perlawana terhadap pemikiran Saussure mengenai sistem tanda sebagai relasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) (lihat pembahasan mengenai pemikiran Sussure ini pada Bab 5). Berbeda dengan Sussure, Derrida melihat hubungan penanda-petanda tidak statis atau tidak tetap atau tidak stabil. Pemaknaan tanda merupakan suatu proses. Proses itu, pada setiap manusia, terjadi dengan cara membongkar (*to dismantle*) dan menganalisis secara kritis (*critical analysis*). Bagi Derrida, makna suatu tanda diperoleh tidak sekedar berdasarkan pembedaan antartanda semata yang hubungan antara penanda-petandanya bersifat statis (sebagaimana yang didalilkan oleh Saussure), melainkan dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak pemakai tanda, konteks ruang dan waktu. Bahkan, Derrida mendorong untuk dilakukannya "penundaan"—sebagai suatu tindakan berpikir kritis—dalam proses pemahaman makna tanda. Melalui proses penundaan hubungan antara penanda (bentuk tanda) dan petanda (makna tanda) ini dapat ditemukan relasi yang lain, dan dengan demikian dapat diperoleh makna lain atau makna baru.

Proses ini dikenal sebagai proses ”dekonstruksi”. Proses dalam hubungan yang baru ini disebutnya *differance* (kata ini tidak ada dalam kamus, tetapi Derrida menciptakannya untuk menonjolkan konsepnya tentang makna tanda yang bersifat dinamis sebagai hasil proses dekonstruksi).

Konsep *differance* memperlihatkan bahwa pemaknaan tanda adalah sesuatu yang kompleks. Dalam *Margins of Philosophy* (1982), Derrida menyatakan bahwa *differance* adalah gerakan di antara dua perbedaan, dan sekaligus menyatakan ketidakberpihakan pada salah satu kutub oposisi. Adalah pergerakan *differance* dari satu kutub identitas ke kutub identitas lainnya yang dapat memproduksi atau membangun identitas baru yang berbeda-beda dan juga perbedaan-perbedaan (identitas). Derrida mengakui bahwa konsep *difference* (diferensiasi atau pembedaan) dari Saussure merupakan dasar bagi eksistensi sebuah tanda, tetapi selanjutnya tanda itu harus dipahami dalam ruang dan waktu yang berbeda-beda sehingga kemidian akan terlihat maknanya. Jadi, makna tanda tidak terlihat hanya dalam satu kali jadi, melainkan pada ruang dan waktu yang berbeda-beda pula. Proses dekonstruksi dilakukan Derrida guna “mendestabilisasi” relasi antara penanda dan petanda. Dengan “metode” dekonstruksi ini, Derrida hendak menunjukkan bahwa historisitas atau kesejarahan harus menjadi elemen penting dalam setiap analisis pertandaan. Relasi pertandaan (penanda-petanda) tidak bisa dilihat sebagai sesuatu yang hanya bersifat sinkronis (suatu penggalan waktu tertentu). Aspek historis (diakroni: perubahan disepanjang lintasan waktu) juga penting untuk ditelaah sehingga makna menjadi tidak stabil. Lihat Hoed (2008: 65-72); lihat pula Piliang (1998: 164-165).

[242] Konsumerisme dapat diberi pengertian sebagai manipulasi tingkah laku para konsumer melalui berbagai aspek komunikasi pemasaran (lihat Piliang, 1998: 17).

[243] Gaya hidup (*lifestyle*), menurut Chaney (2006: 40-41), adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dan orang lainnya. Gaya hidup membantu memahami (yakni menjelaskan tapi bukan berarti membenarkan) apa yang orang lakukan, mengapa mereka melakukannya, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. Gaya hidup bergantung pada bentuk-bentuk kultural, masing-masing merupakan gaya, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu kelompok, tetapi bukanlah keseluruhan pengalaman sosial mereka. Gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu. Sementara itu, Piliang (1998: 209) menejelaskan gaya hidup sebagai “karakteristik seseorang yang dapat diamati, yang menandai sistem nilai serta sikap terhadap diri sendiri dan lingkungannya”. Karakteristik tersebut berkaitan dengan pola penggunaan waktu, uang, ruang, dan objek-objek yang berkaitan dengan semuanya. Misalnya, cara berpakaian, cara makan, cara berbicara; kebiasaan di rumah, kebiasaan di kantor, kebiasaan belanja; pilihan teman, pilihan restoran, pilihan hiburan; tata ruang, tata rambut, tata busana, dan sebagainya. Gaya hidup, dengan demikian, merupakan kombinasi dan totalitas dari cara, tata, kebiasaan, pilihan, serta objek-objek yang mendukungnya, yang pelaksanannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu. Karena gaya hidup merupakan totalitas dari objek-objek dan perilaku-perilaku sosial yang berkaitan dengan objek-objek tersebut, maka dapat dikatakan bahwa gaya hidup itu dapat menghasilkan kombinasi objek-objek, dan sebaliknya, kombinasi objek-objek dapat membentuk gaya hidup. Oleh karena itu, perbincangan tentang gaya hidup tidak dapat dipisahkan dari perbincangan tentang objek-objek yang membentuknya.

Ada beberapa pendekatan teoretik yang dapat digunakan untuk menyoroti gaya hidup. Menurut pandangan Marxisme, gaya hidup dilandasi oleh suatu ideologi tertentu yang menentukan bentuk dan arahnya. Cara berpakaian, gaya makan, jenis bacaan, dikatakan merupakan ekspresi dari cara kelompok masyarakat mengkaitkan hidup mereka dengan kondisi eksistensi mereka, yang kombinasinya membentuk ideologi kelas sosial mereka. Gaya hidup merefleksikan kesadaran kelas kelompok masyarakat tertentu, dan dengan demikian ia merupakan satu bentuk ideologi. Sedangkan pendekatan sosio-kultural lebih melihat gaya hidup sebagai satu bentuk pengungkapan makna sosial dan kultural. Setiap bentuk penggunaan waktu, ruang, dan objek mengandung aspek-aspek perbedaan dan semiotik, yang mengungkapkan makna sosial dan kultural tertentu. Menurut para kulturalis, gaya visual merupakan bagian yang tak terpisahkan dari gaya hidup. Di dalam era globalisasi informasi dewasa ini, gaya visual yang berperan besar dalam membentuk gaya hidup adalah iklan. Menurut Dick Hebdige dalam *Subculture: The Meaning of Style* [1987], iklan tidak saja merepresentasikan gaya hidup, akan tetapi juga menaturalisasikannya. Dalam pandangan Alan Tomlinson (*Consumption, Identity & Style*, 1990), berkat teknologi informasi yang berkembang sangat pesat dewasa ini, serta arus globalisasi ekonomi melalui korporasi-korporasi multinasional, gaya hidup yang ditawarkan iklan begitu beraneka

ragam dan tidak menjadi milik eksklusif kelas tertentu dalam masyarakat. Walhasil, menurut Judith Williamson dalam *Consuming Passion* [1988] dan Peter York dalam *Style War* [1983], setiap orang dapat memilih dan membeli gaya hidup pribadinya. Iklan kontemporer, menurut kalangan kulturalis, tidak menekankan citra kelas atau status yang kaku, melainkan citra-citra netral yang mudah untuk diimitasi oleh setiap orang.

[244] Levi-Strauss, yang memprakarsai diskusi antropologis tentang *bricolage* yang melibatkan semua pemikir pascamodernisme, menunjukkan bahwa *bricolage* adalah "pengetahuan umum" yang senimannya adalah semacam *bricoleur*. Levi-Strauss, dalam *The Savage Mind* (1966, dalam Barnard, 2009: 235-236), mengusulkan makna *bricoleur* sebagai "orang yang bekerja dengan tangannya dan menggunakan alat yang berbeda dengan pengrajin". *Bricoleur* juga orang yang menjalankan pelbagai jenis tugas dan selamanya berbuat, baik menggunakan alat yang tepat maupun bahan yang layak. Jadi, *bricoleur* menggunakan alat dan bahan yang ada di tangan untuk menyelesaikan pekerjaannya. (Sebagai perbandingan, Yasraf A. Piliang dalam *Hipersemiotika* [2008: 15] mendefinisikan *bricolage* sebagai "praktik mentransformasikan material yang ada di tangan atau yang ditemukan menjadi satu bentuk komposisi"). *Bricolage* juga berbeda dengan konsep rekayasa (*engineering*) atau ilmu pengetahuan. Rekayasa sering dipahami sebagai ilmu pasti. Perekayasa dan ilmuwan memperoleh alat dan bahan dalam sorotan proyek yang dikerjakannya; mereka memiliki gagasan perihal alat apa yang paling tepat dan bahan apa yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu proyek. *Bricoleur* mengumpulkan alat dan bahan sebatas pada apa yang bisa diperolehnya (atau apa yang tersedia di hadapannya) pada saat hendak bekerja; sedang insinyur dan ilmuwan—juga pengrajin—memiliki alat khusus dan bahan yang sesuai dengan pekerjaannya. Namun demikian, filsuf bahasa asal Prancis Jacques Derrida, dalam *Writing and Difference* (1978, dalam Barnard, 2009: 238), berpendapat bahwa perbedaan antara *bricoleur* dan insinyur adalah kurang jelas. Derrida menganggap bahwa insinyur adalah mitos yang dilahirkan oleh *bricoleur*, sehingga 'insinyur dan ilmuwan juga *bricoleur*'. Jika pandangan itu diterima, maka—sebagai misal—tak masuk akal untuk menyatakan rancangan *fashion* bukanlah *bricolage* melainkan ilmu pengetahuan dan rekayasa. Juga tak masuk akal meremehkan rancangan *fashion* untuk lebih menjadi bersifat teknologis atau ilmiah.

[245] Masyarakat konsumer (*consumer society*) adalah masyarakat yang menciptakan nilai-nilai yang berlimpah ruah melalui barang-barang konsumer, serta menjadikan konsumsi sebagai pusat aktivitas kehidupan (lihat Piliang, 1998: 18). Dalam masyarakat konsumer, objek-objek konsumsi dipandang sebagai ekspresi diri atau ekstrenalisasi para konsumer (bukan melalui kegiatan penciptaan), dan sekaligus sebagai internalisasi nilai-nilai sosial budaya yang terkandung di dalamnya. Pandangan bahwa konsumsi adalah suatu kegiatan eksternalisasi dikemukakan oleh Judith Williamsons dalam *Consuming Passions: The Dynamics of Popular Culture* (1980). Menurut Williamsons, dalam masyarakat konsumer sekarang, konsumsi memberikan kesempatan tertentu bagi daya kreativitas, seperti sebuah mainan di mana seluruh bagian-bagiannya telah ditentukan, akan tetapi kemungkinan kombinasinya berlipat ganda. Pandangan Williamsons yang melihat kegiatan konsumsi sebagai media representasi kekuasaan, khususnya dalam mengontrol objek-objek (objek-objek dimuati dengan makna-makan yang digunakan oleh konsumer untuk mengkomunikasikan/ merepresentasikan/menandai/mengirim pesan tertentu yang dikehendakinya) disanggah oleh Baudrillard. Dalam "Consumer Society" (*Jean Baudrillard Selected Writings*, 1988), Baudrillard berargumen bahwa, disebabkan oleh perubahan radikal yang terjadi pada relasi konsumsi di dalam masyarakat konsumer itu sendiri, konsumer tidak lagi mengontrol objek, akan tetapi dikontrol oleh objek-objek. Alih-alih menguasai simbol, status, prestise lewat objek-objek konsumsi, konsumer justru terperangkap di dalam sistemnya (*ibid.*: 250-251).

Paparan mengenai pengertian masyarakat konsumer tersebut, dengan sendirinya, menunjukkan adanya "budaya konsumer"—segala dimensi maknawi dari perilaku masyarakat konsumer. Budaya konsumer, menurut Featherstone dalam artikel "Budaya Konsumer, Kekuatan Simbolis dan Universalisme" (1988: 53), menyoroti dampak konsumsi massa atas kehidupan sehari-hari pada tataran simboliknya. Budaya konsumer, meski tidak sama dengan budaya masa kini, dapat dikatakan merupakan unsur utama dalam produksi budaya masa kini. Dalam budaya konsumerisme, demikian dikatakan Piliang (1998: 255), konsumsi tidak lagi diartikan semata sebagai satu lalu-lintas kebudayaan benda, akan tetapi menjadi sebuah panggung sosial, yang di dalamnya makna-makna sosial diperebutkan, yang didalamnya terjadi perang posisi di antara anggota-anggota masyarakat yang terlibat. Budaya konsumerisme yang berkembang merupakan satu arena di mana produk-produk konsumer merupakan satu medium untuk

pembentukan personalitas, gaya, citra, gaya hidup, dan cara diferensiasi status sosial yang berbeda-beda. Barang-barang konsumer, pada akhirnya, menjadi sebuah cermin tempat para konsumer menemukan makna kehidupan.

[246] Istilah "masyarakat pascaindustri" (*postindustrial society*) dipopulerkan oleh sosiolog Daniel Bell melalui bukunya yang diapresiasi secara luas, *The Coming of Post-industrial Society* (1973). Sejak dipublikasikannya karya Bell itu, istilah ini telah sering dimunculkan dan diterima dalam sejumlah buku teks soisologi dan karya-karya ilmu sosial lainnya. Melalui buku ini, Bell meramalkan munculnya di masa datang yang dekat ini (suatu masa yang tampaknya sudah kita masuki sekarang ini) suatu masyarakat pascaindustri, suatu tipe masyarakat yang telah maju. Menurut Bell, ciri yang paling fundamental dari kemunculan masyarakat ini ialah penekanan pada produksi jasa, bukannya barang, dan khususnya jenis-jenis jasa tertentu. Sementara masyarakat industri memberi jasa-jasa dalam bidang-bidang seperti transportasi, pelayanan, dan telekomunikasi; masyarakat pascaindustri menekankan jasa-jasa yang meliputi kesehatan, ilmu pengetahuan dan pendidikan. Masyarakat pascaindustri memberi penekanan baru kepada waktu luang. Orang memperoleh bentuk-bentuk pendidikan yang maju bukan saja untuk kegunaaan intelektual dan sosial yang penting, tapi juga untuk peningkatan kesenangan. Merespons gagaasan Bell ini, Stephen Berger dalam artikel "Review of Daniel Bell" (*The Coming of Post-industrial Society: Contemporary Sociology*, 1974) mengemukakan bahwa perkembangan masyarakat yang dibahas oleh Bell itu adalah suatu tahap baru dalam perkembangan kapitalisme (lihat Sanderson, 1993: 605-607). Adapun Piliang (2003: 20) menjelaskan istilah "pascaindustri" sebagai "kegiatan produksi yang beralih dari produksi barang ke arah produksi jasa dan pengetahuan, dengan dukungan teknologi informasi dan komputerisasi". Perkembangan masyarakat pascaindustri terkait erat dengan kebudayaan pascamodern, dan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan konsumerisme di dalam diskursus kapitalisme mutakhir. Dalam pengertian ini, masyarakat pascaindustri disebut juga masyarakat konsumer (*ibid.*: 143).

[247] Simulasi adalah proses penciptaan bentuk-bentuk nyata melalui model-model yang tidak ada asal-usul atau referensi realitasnya, sehingga memampukan manusia untuk membuat yang ilusi, khayali, fantasi menjadi tampak nyata. Lihat Piliang (1998: 20).

[248] Hiperealitas (*hiper-reality*) ialah keadaan runtuhnya realitas, yang diambil alih oleh rekayasa model-model (citraan, fantasi, simulasi), yang dianggap sama nyatanya bahkan lebih nyata dari realitas yang sesungguhnya, sehingga perbedaan di antara keduanya menbjadi kabur. Lihat Piliang (1998: 16; dan 2001: 16).

[249] *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary, Eleventh Edition* (2003) dan *The American Heritage Dictionary of the English Language* (2009) sama-sama mendefinisikan kata "kuliner" (*culinary*) sebagai "*of or relating to a kitchen or to cookery*" [Latin "culinarius", dari kata dasar "culina", *kitchen*]. Kedua kamus ini menempatkan entri ini hanya dalam satu kategori, yakni sebagai kata sifat (*adjective*). Tetapi, Wikipedia (http://en.wikipedia.org) mendefinisikannya lebih sebagai kata benda (*noun*), yakni "*something related to, or connected with, cooking or kitchens*". Dalam kajian ini, saya mendefiniskan istilah "kuliner" dalam kedua kategori pengertian itu, baik sebagai kata sifat ataupun sebagai kata benda. Pertimbangannya bukan secara secara leksikologis, tetatpi lebih secara sosiologis—bahwa istilah ini pada masyarakat urban Indonesia sekarang ini makin sering digunakan dalam pengertiannya sebagai kata benda sebagaimana yang tersirat dalam ungkapan-ungkapan, misalnya, "kuliner Bandung", "kuliner asing", "kuliner global", "kuliner lokal", dan seterusnya. Tren ini sekadar menegaskan kembali bahwa bahasa (termasuk periatilahan) adalah sesuatu yang bersifat dinamis: arti atau definisi suatu kata atau istilah tidaklah ajek atau beku sebagaimana yang tertulis dalam kamus-kamus, tetapi senantiasa mengalami perkembangan seiring perkembangan masyarakat penggunanya. Dengan pilihan definisi tersebut (yakni sebagai *noun* dan *adjective*), dalam kajian ini saya mengkonsepsikan kuliner lebih kurang sama pengertiannya dengan makanan (*food*) atau masakan (*cooking*). Namun demikian, perlu ditekankan di sini bahwa kuliner mencakup juga proses-proses bagaimana makanan atau masakan itu dibuat, disajikan, dan pada akhirnya disantap—jadi bukan semata merujuk hanya pada makanan atau masakan itu sebagai suatu produk.

[250] Istilah "wisata kuliner" (*culinary tourism*), dalam definisi yang dikemukakan oleh pakar wisata kuliner Lucy M. Long (dalam Fifth Town Artisan Cheese, 2005), berarti:

> *about food as a subject and medium, destination and vehicle, for tourism. It is about individuals exploring foods (and wines) new to them as well as using food to explore new cultures and ways of being.*

It is about groups using food to 'sell' their histories and to construct marketable and publicly attractive identities, and it is about individuals satisfying curiosity. Finally, it is about experiencing food (and wine) in a mode that is out of the ordinary that steps outside of the normal routine to notice differences and the power of food to represent and negotiate that difference.

Definisi yang lebih luas dikemukakan oleh The International Culinary Tourism Association (ICTA) (lihat Feimster, 2009), yakni "*the pursuit of unique and memorable culinary experiences of all kinds, often while traveling, but one can also be a culinary tourist at home. [...] It is not just for gourmet-oriented folks, but really more for those looking for a unique and memorable food experience*".

[251] Pengertian teknologi dalam konteks kuliner ini saya maksudkan sebagai kolektivitas yang mencakup resep masakan (dalam resep ini termasuk juga berbagai bahan masakan yang diperlukan untuk mempraktikkan resep tersebut), peralatan yang digunakan untuk memasak, aktivitas memasak (menggoreng, merebus, membakar, dan lainnya), hasil masakan itu sendiri sebagai suatu produk atau artefak material, serta cara penyajian dan cara menyantap masakan itu (yang senantiasa melibatkan objek teknologis).

[252] Claude Lévi-Strauss (lihat Koentjaraningrat, 1987: 208-211) adalah seorang antropolog asal Prancis yang dikenal sebagai pengusung utama paradigma strukturalisme dalam studi antropologi—dan karena itu ia dikenal sebagai pendiri mazhab antropologi struktural (*structural anthropology*). Ia lahir di Brussel dalam suatu keluarga seniman pelukis Yahudi dan belajar ilmu hukum dan filsafat di Universitas Paris, di samping gemar membaca buku-buku mengenai geologi, psikoanalisa, dan tuliasan Karl Marx. Pada 1934 ia menjadi guru besar sosiologi di Universitas Sao Paolo di Brasil yang memberinya kesempatan untuk mempelajari berbagai suku-bangsa Indian penduduk asli Amerika Latin. Ketika Perang Dunia II pecah, ia meninggalkan negerinya untuk pergi ke Amerika Serikat dan bergaul dengan ilmuwan-ilmuwan Amerika dan Eropa seperti antropolog Robert H. Lowie, ahli lingusitik Roman Jakobson, dan filsuf Prnacis terkenal, Jean Paul Sartre. Perkenalannya dengan Jakobson kemudian sangat mempengaruhi pemikirannya mengenai teori kebudayaan. Sesudah perang, ia diangkat oleh Pemerintah Prancis sebagai atase kebudayaan di Washington. Pada periode 1950-1953 ia menjabat sebagai salah satu direktur di Universitas Paris yang memberinya kesempatan untuk melakukan penelitian antropologi di Bangladesh. Kemudian, sejak 1953 hingga 1959 ia menjadi sekretaris jenderal International Council of the Social Science, sebuah dewan internasional di bawah UNESCO. Pada saat inilah ia menulis karya yang membuatnya sangat terkenal dalam jagat antropologi, *Anthropologie Structurale* [1958]. Pada 1959, pada saat masih menjabat di UNESCO itu, ia diangkat menjadi guru besar dalam ilmu antropologi sosial di Collége de France. Waktu menjadi profesor di Collége itulah ia menulis beberapa karya penting lain, seperti *Le Totémisme Aujourd'hui* [1962], *La Pensée Sauvage* [1962], dan ketiga jilid *Mythologique* [1964-1968].

Paradigma antropologi struktural yang diusung Lévi-Strauss (lihat Saifuddin, 2005: 64-65) adalah strategi penelitian untuk mengungkapkan struktur pikiran manusia—yakni struktur dari suatu proses pikiran manusia—yang oleh kaum strukturalis dipandang sama secara lintas budaya. Strukturalisme berasumsi bahwa pikiran manusia senantiasa distruktur menurut oposisi biner, dan kaum strukturalis mengklaim bahwa oposisi-oposisi tersebut tercermin dalam berbagai variasi fenomena kebudayaan, termasuk bahasa, mitologi, kekerabatan, dan makanan. Strukturalisme Lévi-Strauss masih terkait erat dengan mazhab struktural-fungsionalisme dari antropolog Radcliffe-Brown. Baik strukturalisme Lévi-Strauss maupun struktural-fungsionalisme Radcliffe-Brown sangat dipengaruhi oleh teori-teori pemikir sosiologi Emile Durkheim. Perbedaan pokoknya adalah bahwa Radcliffe-Brown mempelajari keteraturan dalam *tindakan sosial*, yang ia lihat sebagai ekspresi *struktur sosial* yang dibentuk oleh jaringan-jaringan dan kelompok-kelompok; sedangkan Lévi-Strauss berpendapat bahwa struktur itu berada dalam pikiran manusia dan memandang interaksi sosial sebagai manifestasi keluar dari struktur kognitif tersebut. Strukturalisme dipertentangkan dengan teori Marxis: bahwa keyakinan dan gagasan manusia ditentukan oleh kondisi material dari keberadaanya. Pembahasan komprehensif (disertai cuplikan contoh karangan Lévi-Strauss sendiri) mengenai pemikiran antropologi struktural Lévi-Strauss ini dapat dibaca di Bohannan & Glazer (1988: 422-500).

[253] Secara lebih rinci (lihat Koenjaraningrat (1987: 211-213), Lévi-Strauss membedakan makanan manusia menjadi tiga jenis, yakni makanan yang melalui proses pemasakan, melalui proses fermentasi, dan makanan yang mentah (yang bebas dari salah satu proses [*non-élaboré*] itu). Pembedaan ini disebutnya sebagai metode "segitiga kuliner (*triangle culinaire*). Metode ini diterapkannya terhadap

unsur makanan. Analisis itu dilakukannya beberapa kali dalam beberapa karangannya, yaitu *Anthropologie Structurale* [1958], *Le Cru et le Cuit* [1964] yang sudah disebut di atas, dan *Le Triangle Culinaire* [1965], sebuah karangan yang secara khusus membahas "segitiga kuliner" dengan memakai analisis makanan sebagai contoh.

Menurut Lévi-Strauss, akal manusia dapat memilih di antara suatu deret makanan yang beraneka ragam (dalam kaitannya dengan proses teknologis yang menyertai makanan tersebut): sejumlah makanan ada yang bebas dari penggarapan tangan manusia, "bebas dari proses", sementara ada sejumlah yang lain yang "kena proses" itu. Dari jenis yang ter"kena proses", ada yang digolongkan ke dalam makanan yang dimasak (*cooked*) dan ada yang digolongkan ke dalam makanan yang terkena proses fermentasi (*fermented*). Golongan yang satu (masak) adalah golongan kebudayaan, sedang yang lain (fermentasi) adalah golongan alam. Namun demikian, kata Lévi-Strauss, akal manusia selalu mencoba mencari pilihan di antara dua titik ekstrem (kebudayaan versus alam) dalam suatu kontinum, suatu keadaan antara yang dapat menghubungkan kedua titik ekstrem itu, karena mengandung ciri-ciri dari keduanya. Golongan makanan mentah itulah keadaan-antara yang ditemukan oleh manusia karena makanan mentah termasuk golongan alam karena tidak kena campur tangan manusia. Walaupun demikian, makanan mentah juga termasuk golongan kebudayaan karena sumber makanan berupa tumbuh-tumbuhan yang ditanam atau binatang yang dipelihara atau diburu mengimplikasikan adanya campur tangan manusia di dalamnya.

[254] Sebagai kontras dari pemikiran Barthes ini, Mary Douglas (1971, dalam Leeds-Hurwitz, 1993: 86), menerapkan secara sistematis gagasan semiotis mengenai makanan sebagai kode sosial (*social code*)—bukan "kode budaya" sebagaimana Barthes. Douglas menyatakan, "*if food is treated as a code, the massages it encodes will be found in the pattern of social relations being expressed. The massages is about different degrees of hierarchy, inclusion and exclusion, boundaries and transactions across the boundaries*".

[255] Berikut ini adalah sejumlah kutipan yang telah saya himpun yang dapat menggambarkan pandangan serta argumentasi kalangan ilmuwan sosial humaniora perihal makanan (termasuk berbagai kegiatan dan perilaku terkait makanan) dalam hubungannya dengan kebudayaan.

> [1] *Food is central to our sense of identity. The way any given human group eats helps it assert its deversity, hierarchy and organization, and at the same time, both its oneness and the otherness of whoever eats differently. Food is also central to individual identity, in that any given human individual is constructed, biologically, psychologically and socially by the food he/she choses to incorporate*. (Claude Fischler, "Food, Self and Identity", 1988: 275).

> [2] *Food is the most basic of all social codes. Food functions well as a cross-cultural topic of study due to the characteristic of being a common human requirement. ... food serves equally as a form of communication within a particular group and as marker of the boundary between various sorts of groups. Generally, both functions are served simultaneously. The same food item simultaneously conveys multiple messages (polysemy)*. (Wendy Leeds-Hurwitz. *Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures*, 1993: 83).

> [3] *Food's most significant social function is to serve as an indicator of various sort of social identity, from region to ethnicity, from class to age or gender. Being concrete, foods serve to objectify relationships between individuals and groups. Social relationships are developed and maintained by symbols, and thus we tend to see groups through their symbol and to identify ourselves through symbols. As in the case with other signs and symbols, one sees the food (signifier) and understands the implied relationships (signified) without ever noticing the necessary transition between the two. This characteristic function of foods can be deliberately manipulated. Knowing that particular foods are understood to indicate particular identities, it becomes possible to use their presence or absence to make deliberate statements about identities. For example, eating organic foods can be understood to be a protest against a particular political and economic system that puts profit and convenience ahead of ecology; eating Italian food when living among Mormons in Utah can be understood to recreate ethnic identity, maintain traditional boundaries with the dominant culture, and emphasize familial closeness. […] Food conveys information about at least the following major categories of identity: ethnicity, regional identity, temporal and geographic identity, social class, and relationship status.* (Wendy Leeds-Hurwitz. *Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures*, 1993: 91):

[4] *One can … define a culture by looking at its* food ways*. …*food ways *are signs of a mindset. Edward T. Hall's framework led to the following extrapolations for Americans and French regarding attitudes to food and social dining in general. The American culture tends to prefer informality, little fuss over food, and no unnecessary decorum. One finds an openness with people, since the point is to have fun and eat together at home, and to do business together whether at home or at a restaurant. Skills in etiquette, though indicators of social distinction, do not seem to matter as much as the ability to display wealth while entertaining. Also, Americans tend to like guidelines and predictability. In business they have a strict dress code in comparison with the French. As far as dinner/lunch is concerned, they also tend to enjoy a structure that will give them guaranteed satisfaction in food, such as their club or certain fast food chains where the food is plentiful, fresh, and has high quality and good value.*

The French place less importance on dress codes in business and greater importance on codes of bienséances and civility in the realm of social life. This is a long-standing obsession among the French, as seen in Molière's plays or the recent film Ridicule, set in the court of Versailles in 1783. There is always a sense of ritual among the French, with formal meal structures and a strong sense of class-consciousness … as well as taboos on certain topics of conversation (until one becomes better acquainted). For example, religious affiliations and money are considered too private to be openly discussed, whereas sex is not. (Thérèse Saint-Paul, "Business and The Semiotics of Food: American and French Cultural Perspectives", 1997: 121).

[5] *Food is more than body fuel, as Lévi-Strauss has stated, 'in any particular society, cooking is a language through which that society unconsciously reveals its structure'. The preparation, distribution and consumption of food functions to define and sustain gender, age, religious and ethnic relations; the sociability around food reinforce cultural proprieties. In short, the food repertoire is a syne[c]doche of a society, as most anthropologists and comentators have long acknowledged ....*

... In every culture, in every historical period, food is thickly surrounded by symbolic cultural meaning—bread and wine become flesh and blood in the Christian sacrament. Food is always something else; it is deeply associative. (Joanne Finkelstein, "Rich Food: McDonald's and Modern Life", 1999: 71).

[6] *Food is more than a basic source of nutrients; it is also a key component of our culture, central to our sense of identity. […] To survive we need to eat. Yet, food is more than a source of energy and nutrients essential for human health and well being. What we eat, how we eat, and when we eat reflect the complexity of wide cultural arrangements around food and foodways, the unique organization of food systems, and existing social policies*. (Mustafa Koc & Jennifer Welsh, "Food, Foodways and Immigrant Experience", 2002).

[7] *The study of food, its production and consumption, and its symbolic, cultural, economic, social, and psychological meaning is, of course, not a new topic. … The development of research interests in food is as old as anthropology, and in recent years, a host of other disciplines--sociology, history, philosophy, geography, literary criticism, women's studies, cultural studies, ethnic studies, and others--have joined in the feast. With these new studies has come a variety of theoretical approaches, from early structuralist to semiotic, interactionalist, post-structuralist, class-oriented, gender-oriented, post-colonial, and cultural studies-oriented perspectives.* (*Canadian Ethnic Studies Journal*, "You are Where You Eat: Ethnicity, Food and Cross-cultural Spaces", 2005).

[8] *… food locates us geographically in particular bodies, buildings, neighbourhoods, communities, and cities; it also locates us in particular cultural spaces with important boundaries that comfort, console, and redeem us but across which we can also sin, trespass, escape, and betray. Food boundaries are also places where we meet others as tourists, allies, or foes, and where history, inter-group relations, psychology, domination, and national and global forces are at play. In brief, … food and identity are not linked by a single or simple metaphoric formula (such as 'you are what you eat'). Instead, food … provides a terrain … for sorting out what is happening in the complex relationship between ethnicity and … cross-cultural spaces.* (*Canadian Ethnic Studies Journal*, "You are Where You Eat: Ethnicity, Food and Cross-cultural Spaces", 2005).

[9] *Food is the oldest global carrier of culture. In fact, food has always been a driving force for globalization, especially during earlier phases of European trade and colonial expansion. The hot red pepper was introduced to the Spanish court by Christopher Columbus in 1493. It spread rapidly throughout the colonial world, transforming cuisines and farming practices in Africa, Asia, and the Middle East. It might be difficult to imagine Korean cuisine without red pepper paste or Szechuan food without its fiery hot sauce, but both are relatively recent innovations—probably from the 17th century. Other New World crops, such as corn (maize), cassava, sweat potatoes, and peanuts (groundnuts), were*

responsible for agricultural revolutions in Asia and Africa, opening up terrain that had previously been unproductive.

One century after the sweat potato was introduced into south China (in the mid-1600s), it had become a dominant crop and was largely responsible for a population explosion that created what today is called Cantonese culture. It is the sweet potato, not the more celebrated white rice, which sustained generations of southern Chinese farmers.

These are the experiences that cause cultural meaning to be attached to particular foods. Today the descendants of Cantonese, Hokkien, and Hakka pioneers disdain the sweet potato as a "poverty food" that conjures images of past hardships. In Taiwan, by contrast, independence activists (affluent members of the rising Taiwanese middle class) have embraced the sweet potato as an emblem of identity, reviving old recipes and celebrating their cultural distinctions from "rice-eating mainlanders". ("Cultural Globalization", *Encyclopædia Britannica*, 2009).

[10] *Apart from the physiological prediction, we can be sure that eating as display—as a code of messages about selves and status, role and religion, race and nation—will persist in an animal that lives by symbolic communication. And as the world grows smaller and communication more immediate, we can perhaps look toward a greater homogenization of food habits. We are perhaps at the moment very lucky to be at the stage where ethnic identity is not yet blurred and the world is in an exciting state of mixing and mingling and transferring of tastes* (Robin Fox, "Food and Eating: An Anthropological Perspective", 2009: 21).

[11] *Food is part of our every day lives and defines our culture and our traditions. Immigrants coming to America define themselves more by their food than by their languages -because in the process of becoming Americans they gradually loose their native language- but they retain their cuisine. What we eat says a great deal about us: what we are, what we think and, in the process defines us as humans beings. […] Junk food is sign of American innovation, impatience, and a desire to do things more quickly and more efficient.* (Gustavo Delao, "The Semiotics of Food" […]).

Kutipan-kutipan argumen di atas bukan saja menjelaskan bahwa makanan (dan berbagai aktivitas terkait makanan) berhubungan sangat dekat dengan hal-ihwal kebudayaan, tetapi juga menunjukkan bahwa berbagai hal di seputar makanan itu merupakan fenomena semiotis—merupakan tanda-tanda dan kode-kode sosial dan kultural. Bagi ilmuwan-ilmuwan sosial humaniora seperti Wendy Leeds-Hurwitz, Thérèse Saint-Paul, Robin Fox, Joanne Finkelstein yang pemikirannya dikutip di atas, jelas bahwa hidup manusia tidak semata-mata dalam semesta fisik, tetapi juga semesta simbolik. Karena itu, bagi mereka, entitas material seperti makanan pun senantiasa mengandung muatan-muatan simbolik.

[256] Dalam salah satu bagian disertasinya, *Semiotic Analysis of Clinical Chemistry: For "Knowledge Work" in the Medical Sciences* (2003: 112-115), Helen Carberry telah memberikan basis teoretik mengenai pendekatan semiotis (semiologis) terhadap sistem makanan.

[257] Buku *Empire of Sign* dipublikasikan di Prancis pada 1970, namun baru diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris pada 1982. Buku ini adalah suatu analisis semiotis tentang kebudayaan Jepang dan merefleksikan ketertarikan Barthes pada Jepang. Buku ini merupakan kumpulan esai pendek—kebanyakan tidak lebih dari satu atau dua halaman panjangnya—mengenai beragam aspek kebudayaan Jepang yang menyita perhatiannya. Lihat Berger (2000: 25).

[258] Sejarah kelahiran restoran cepat saji (*fast food restaurant*) bermula dari kebaradaan makanan cepat saji yang dijual di *snack bar* pada awal abad ke-20. Makanan cepat saji itu sendiri memilki sejarah yang lebih panjang. Salah satu versi (lihat Sari, 2008: 5) menyatakan bahwa sejarah makanan cepat saji dimulai pada abad ke-19 saat era industri di Amerika Serikat mulai tumbuh. Saat itu masyarakat sedang berubah dari masyarakat agraris ke masyarakat industri. Mereka pun mengalami perubahan budaya, dari budaya agraris yang longgar dalam penggunaan waktu, menuju budaya industri yang ketat dalam soal penggunaan waktu. Jika sebelumnya mereka tidak memiliki jadwal ketat dalam pekerjaan, kini mereka memiliki jadwal-jadwal yang harus dipatuhi. Mereka harus bekerja 8-10 jam sehari, dengan waktu istirahat yang pendek, sehingga harus efisien dalam memanfaatkan waktu makannya. Sebagai solusi, muncullah makanan cepat saji. Disebut "cepat saji" karena cara penyajiannya cepat sehingga semua orang bisa menyantapnya sambil berdiri atau berjalan-jalan atau sambil mengerjakan suatu pekerjaan.

[259] Sebagai konsep bisnis, *franchising* pertama kali diadopsi dari Inggris dan Eropa oleh industri bir AS. Produsen minuman ini memberikan bantuan finansial sebagai imbalan dari perjanjian pembelian produk secara eksklusif oleh rumah-rumah minum yang tersebar luas. Laiknya *franchising*, produser minuman tak

memiliki kendali atas operasional *tavern* lokal tersebut, selain menempatkan diri sebagai pemasok tunggal. Setelah transportasi berkembang, barulah waralaba di industri ritel dan resto berkembang. Jaringan resto tertua di AS berakar dari perusahaan yang didirikan Frederick Henry Harvey pada tahun 1850-an. Mendapat lisensi dari Atchison, Topeka & Santa Fe Railroad, pada 1876 resto Harvey House membuka cabang pertama di stasiun yang menjadi cikal-bakal rantai resto yang terdiri dari 120 gerai, membentang 12 ribu mil sepanjang jalur kereta api milik perusahaan itu. Setelah itu, barulah lahir nama-nama waralaba resto yang sekarang mendunia: A & W (didirikan pada 1919 dan diwaralabakan pada 1924), KFC (1930), Dairy Queen (1940), Dunkin' Donuts (1950), Burger King (1954), McDonald's (1955), dan The International House of Pancakes (1958).

Di Indonesia, nama-nama besar yang merajai bisnis waralaba, keagenan dan lisensi asing, sebut saja PT Mitra Adiperkasa (membawahkan puluhan merek premium seperti Starbucks, Kinokuniya, Sogo, Debenhams, Nautica, Marks & Spencer, dan Lacoste), Grup MRA (Hard Rock Café, Cosmopolitan, FHM Magazine, Harley-Davidson, Ferrari, dan lain-lain), Kawan Lama (agen perkakas rumah tangga), dan Kenari Djaya (agen kunci-kunci mewah). Selain waralaba asing tersebut, kini berkembang pesat pula berbagai waralaba lokal, bahkan dalam perkembangannya yang paling mutakhir telah jauh melampaui waralaba asing. Ini karena persyaratan menjadi terwaralaba lokal jauh lebih ringan dan murah, bahkan ada yang dapat memulai dengan modal sekitar Rp 10 juta (misalnya, waralaba Fresh Corn, Red Crispy). Hal itulah yang menyebabkan beberapa waralaba lokal berhasil mencatatkan diri karena mengalami perkembangan yang luar biasa. Misalnya, Indomaret kini memiliki 926 gerai (450 di antaranya gerai waralaba), Alfarmart 730 gerai, Le Monde Baby's World 100 gerai, Londre 122 gerai, Es Teler 77 memiliki 160 gerai, dan Primagama (lembaga bimbingan belajar) 380 gerai. Lihat Pratikto (2007).

[260] Berikut ini adalah data yang saya himpun dari beberapa sumber elektronik (terutama dari http://ngubek.com <diakses beberapa kali pada April 2010>) mengenai keberadaan restoran-restoran cepat saji di Bandung (menyebut nama dan jumlah gerai [*outlet*] masing-masing, tanpa alamat). Restoran-restoran cepat saji global (mancanegara) adalah Kentucky Fried Chicken (KFC) (15 gerai), Dunkin Donuts (16 gerai), McDonald's (7 gerai), Pizza Hut (10 gerai), A & W (tujuh gerai), California Fried Chicken (CFC) (tiga gerai), BreadTalk (dua gerai), Starbuck Coffee (satu gerai), Wendy's (satu gerai), Texas Fried Chicken (satu gerai). Sedangkan restoran cepat saji lokal adalah Es Teler 77 (tidak ada data), J.Co Donuts and Coffee (empat gerai), Excelso (empat gerai), Solaria (dua gerai), Papa Ron's (dua gerai), Tonijack's Indonesia (satu gerai).

[261] Konsep *open kitchen* mengasumsikan adanya visibilatas area persiapan makanan atau dapur. Visibilitas ini, yang menjadi salah satu ciri teknis dari restoran cepat saji, dikonsepsikan sebagai berlawanan dengan konsep restoran tradisional/lokal di mana dapur hampir selalu disembunyikan dari penglihatan. Dalam pandangan pemikir pascamodrnisme Jean Baudrillard (dalam Ritzer, 2003: 400), restoran tradisional merupakan sebuah "pemandangan" di mana segala sesuatu terus tersembunyi; di mana ada beberapa misteri (seperti bagaimana makanan dipersiapkan). Sebaliknya, restoran cepat saji bisa dipahami sebagai sebagai sebuah "dunia porno" ketika segala sesuatu diperlihatkan nyata (*visible*), hampir tidak ada yang tersembunyi.

[262] Stroberi merupakan tanaman buah berupa herba yang ditemukan pertama kali di Cile, Amerika. Salah satu spesies tanaman stroberi yaitu *Fragaria chiloensis* L menyebar ke berbagai negara Amerika, Eropa dan Asia. Selanjutnya spesies lain, yaitu *F. vesca* L. lebih menyebar luas dibandingkan spesies lainnya. Jenis stroberi ini pula yang pertama kali masuk ke Indonesia. Stroberi yang kita temukan di pasar swalayan adalah hibrida yang dihasilkan dari persilangan *F. virgiana* L. var Duchesne asal Amerika Utara dengan *F. chiloensis* L. var Duchesne asal Cile. Persilangan itu menghasilkan hibrid yang merupakan stroberi modern (komersil) *Fragaria* x *annanassa* var Duchesne. Varitas stroberi introduksi yang dapat ditanam di Indonesia adalah *Osogrande, Pajero, Selva, Ostara, Tenira, Robunda, Bogota, Elvira, Grella dan Red Gantlet*. Di Cianjur ditanam varitas Hokowaze asal Jepang yang cepat berbuah. Petani Lembang (Bandung) yang sejak lama menanam stroberi, menggunakan varitas lokal Benggala dan Nenas yang cocok untuk membuat makanan olahan dari stroberi seperti jam. Lihat Prihatman (2000).

[263] Penekanan pada "pengalaman memetik sendiri buah stroberi"—daripada pengalaman mencicipi rasa stroberi itu sendiri—menunjukkan karakter budaya konsumer di balik sajian kuliner di restoran-kebun

stroberi ini. Dalam pandangan budaya konsumer, pengalaman dan pemenuhan hasrat (*desire*) dalam tindakan mengkonsumsi adalah aspek yang lebih penting daripada pemenuhan kebutuhan (*needs*). Dalam perspektif semiotika, pengalaman menjadi pemetik buah stroberi (buah yang diasosiasikan sebagai komoditas pertanian mancanegara) menarik minat pengunjung karena dengan pengalaman itu mereka bisa merasakan sensasi menjadi layaknya orang mancanegara, meski hanya sesaat. Dalam pandangan ini, para pemilik usaha wisata stroberi itu, kurang lebihnya, telah melakukan proses reproduksi simbol dengan tujuan mempersuasi masyarakat untuk bergaya hidup tertentu dengan cara mengkonsumsi komoditas tertentu (*cf*. Messwati, 2000).

Penulis buku sosiolog konsumsi terkenal, *The McDonaldization of Society*, George Ritzer (2006: 395), mengatakan bahwa dari perspektif tanda-tanda dan kode (semiotika), makan seringkali hanya memiliki sedikit kaitan dengan ”kebutuhan” seperti yang lazimnya dikonseptualisasikan. Jadi, misalnya, orang tidak makan Chicken McNugget di restoran cepat saji (dipertentangkan dengan berbagai makanan lain yang merupakan masakan sendiri) karena ia butuh makanan itu. Hasrat untuk memakan Chicken McNugget telah diciptakan, dikonstruksi, dengan kode (dan sistem ekonomi). Sesungguhnya, ras manusia sudah bertahan hidup selama berabad-abad sebelum Chicken McNugget ”diciptakan”.

Dengan demikian, seringkali orang tidak makan apa dibutuhkannya, tetapi apa yang kode makanan itu sampaikan kepadanya. Kode memproduksi kebutuhan-kebutuhan individu dan masyarakat (jika ”kebutuhan” itu masih bisa disebut sebagai “kebutuhan” karena itu diciptakan secara eksternal—melalui iklan). Secara umum, orang makan lebih untuk mengeskpresikan persamaan dan perbedaan dirinya dengan orang lain, dan bukan terutama untuk memenuhi kebutuhan bioologis untuk bertahan hidup. Ketika seseorang makan Big Mac, ia barangkali berpikir bahwa dirinya mengonsumsi hamburger yang diagungkan, tetapi pada kenyataannya itu lebih mengekspresikan tentang posisi dirinya dalam sistem sosial.

[264] Paradoks dari masyarakat konsumer, yang dalam tindakan konsumsinya menyiratkan makna akan kebebasan (yakni konsumsi sebagai pemenuhan hasrat akan kesenangan, eksperimen, atau bahkan “permainan”), adalah bahwa dalam “kebebasan” itu ternyata mereka (konsumer) sejatinya telah bertindak sebagai semacam buruh—setidaknya bagi dirinya sendiri. Pemikir pascamodernisme Jean Baudrillard dalam kumpulan tulisannya di *Jean Baudrillard Selected Writings* yang bertajuk ”Consumer Society” [1970] telah mengajukan gagasan provokatif bahwa konsumsi sejatinya telah menjadikan konsumer sebagai semacam buruh--meskipun kita biasanya menghubungkan buruh dengan produksi. Sebagaimana yang dipaparkan lebih lanjut oleh Ritzer (2003) yang menyitir pemikiran Baudrillard tersebut, konsumer restoran cepat saji pada hakikatnya tidak ubahnya buruh.

> ...dalam batas tertentu, kita semua berpenampilan seperti buruh dalam perjalanan setengah-lusin atau lebih restoran cepat saji setiap minggu. Kita tidak hanya mesti (biasanya) bolak-balik ke restoran makanan cepat saji, tetapi kita juga mesti seringkali antre atau menunggu di luar mobil kita. Jika kita dapat makan di restoran, kita mesti benar-benar melakukan serangkaian kerja (meladeni seperti pelayan dengan membawa makanan kita sendiri; melayani seperti pembantu dengan membersihkan segala sesuatunya setelah kita makan) dan restoran lama harus membayar masyarakat untuk peran itu. Jika kita melakukan sesuai dengan aturan dan mengambil makanan sendiri, kita melakukan pekerjaan tukang sampah dengan membuang sisa makanan setelah kita selesai makan. ... Semua ini, dan banyak lagi yang lain dihubungkan dengan alat konsumsi baru adalah kerja, dan kapitalisme harus menjaga kita pada kerja untuk terus memperluas dan untuk mencegah massa yang mengkonsumsi dari pemikiran tentang segala sesuatu yang menyerupai sebuah revolusi sosial. Dan juga, kapitalisme ingin menjaga kita pada kerja itu. Masyarakat melakukan itu bukan karena dibayar, namun masyarakat justru berkehendak, bahkan ingin sekali, membayar “keistimewaan” bekerja sebagai konsumen. Yang lebih penting, kapitalisme memerlukan kita untuk tetap membelanjakan uang, terus sampai pada tingkat yang ada, dan berdampingan dengan kapitalisme. Tanpa peningkatan konsumersime, kapitalisme seperti yang kita tahu akan hancur. Walhasil, fokus kapitalisme bergerak dari pengeksploitasian pekerja ke pengeksploitasian konsumen (Ritzer, 2003: 374-375).

[265] Desain di sini dalam pengertiannya sebagai “*the arrangement of elements or details in a product or work of art*” (lihat *Merriam-Webster’s Collegiate Dictionary, Eleventh Edition,* 2003).

[266] Sushi, pada dasarnya, adalah nasi yang digulung bersama lauk (*neta*) berupa makanan laut, daging, dan sayuran mentah atau yang sudah dimasak. Nasi *sushi* mempunyai rasa masam yang lembut karena dibumbui campuran cuka beras, garam, dan gula (id.wikipedia.org, 2010a). Karena banyak bahan baku,

seperti daging, bumbu, dan sayuran, tidak tersedia di Indonesia, hampir 90 persen bahannya diimpor dari Jepang. Aneka menu yang disajikan pun tak banyak berbeda dengan menu andalan restoran bintang lima. Beberapa jenisnya antara lain *nigiri*, yakni makanan laut segar yang pada umumnya mentah dan diletakkan di atas nasi yang dibentuk. Selain itu, ada pula *temaki*, *sushi* yang digulung dengan lembaran rumput laut atau *nori*.

[267] "*Mobile restaurant*" atau "*skillet*" adalah salah satu bentuk dari tren "anti-restaurant", sebuah tren (mungkin tren terbesar) dalam dunia kuliner yang semakin menyebar secara global dewasa ini (lihat Tinderbox, 2008).

[268] Nama "brownies" diambil dari "*the deep brown color of cookie*". Brownies memang memiliki warna cokelat tua kehitaman. Dia tercipta justru karena kelalaian, yakni lupa menambahkan *baking powder* (bubuk pengembang) ke dalam adonan. Akibatnya, kue itu tidak mengembang alias bantat. Resep brownies pertama kali dipublikasikan pada 1897 di Sears, Roebuck Catalogue. Tetapi, asal-usulunya tidak pasti benar, hanya diperkirakan kue ini berasal dari Amerika Serikat. Ada banyak variasi resep brownies, sesuai dengan cita rasa setempat. Dalam sejarah kuliner, brownies termasuk kategori "*cookie*", kue kecil berbahan dasar tepung, rasanya manis, dengan tekstur lembut dan renyah. Di Indonesia, brownies bukan sekadar kue cokelat yang dipanggang, namun ada yang dikukus (seperti brownies Amanda). Brownies juga ditambah dengan keju, almond, maupun kismis. Rasa brownies keju, misalnya, menjadi, paduan manis dan gurih. Lihat Aprianti (2007: 246).

[269] Sejatinya, asal-muasal brownies kukus Amanda ini bukanlah bermula dari resep brownies orisinal (yang dimasak dengan cara dipanggang), melainkan dari resep kue bolu kukus yang kemudian dimodifikasi untuk mendapatkan rasa yang lebih disukai oleh konsumer—tentu saja melalui tahapan coba-coba, proses *trial and error* (lihat resep.web.id, 2009). Berawal dari ketidakpuasan mencoba resep bolu kukus dari seorang adiknya, Sumiwiludjeng—"pencipta" brownies kukus ini—pada akhir 1999, mulai mengutak-utik resep itu untuk mendapatkan rasa yang lebih enak. Bagi Ibu Sumi, rasa bolu cokelat itu kurang "*nendang*". Mengapa kemudian menjadi disebut "brownies kukus"? Ini karena tekstur kue dan warnanya yang cokelat pekat ini mirip tekstur kue brownies (nama brownies kukus mulai digunakan sejak awal tahun 2000). Jadi, pada dasarnya, brownies kukus ini sama saja dengan roti bolu biasa, hanya saja pada bagian tengah kue ini terbagi dua dan diolesi cokelat leleh (lihat Junior, [tt]). Dengan kata lain, sejatinya brownies kukus ini adalah kue "bolu kukus cokelat". Agak sedikit berbeda dengan brownies panggang yang sedikit keras, maka tekstur brownies kukus ini benar-benar lembut.

[270] Starbucks Coffee (lihat http://id.wikipedia.org <diakses 7 Mei 2010>) adalah merek dagang dari Starbucks Corporation, sebuah jaringan kedai kopi dari Amerika Serikat yang bermarkas di Seattle, Washington. Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia dengan 15.012 kedai di 44 negara. Starbucks menjual kopi, minuman panas berbasis *espresso*, minuman dingin dan panas lainnya, makanan ringan, serta cangkir dan biji kopi. Melalui divisi Starbucks Entertainment dengan merek Hear Music, perusahaan ini juga memasarkan buku, musik, dan film. Sejak pertama kali dibuka di Seattle, Starbucks tumbuh dengan sangat cepat. Pada tahun 1990-an, Starbucks banyak membuka kedai baru. Pertumbuhan ini terus berlanjut sampai tahun 2000-an. Pada akhir Maret 2008, Starbucks telah memiliki 16.226 kedai, 11.434 di antaranya berada di Amerika Serikat. Namun pada 1 Juli 2008, Starbucks mengumumkan bahwa mereka akan menutup 600 kedai dan memotong rencana pertumbuhannya di Amerika Serikat, dikarenakan melemahnya kondisi ekonomi. Pada 29 Juli 2008, Starbucks juga memberhentikan 1.000 pegawainya. Penutupan dan pemberhentian kerja ini merupakan akhir dari pertumbuhan pesat Starbucks yang dimulai pada tahun 1990-an.

Starbucks Coffee pertama kali dibuka pada 1971 di seattle oleh Jerry Baldwin, Zev Siegel, dan Gordon Bowker. Howard Schultz bergabung dengan perusahaan ini pada 1982 dan terinspirasikan oleh bar espresso di Italia, membuka jaringan Il Giornale pada 1985. Beberapa saat setelah pemilik aslinya membeli Peet's Coffe and Tea, Starbucks dijual pada Howard yang kemudian mengganti nama Il Giornale dengan nama Starbucks pada 1987. Starbucks pertama di luar Seattle adalah di Vancouver dan Chicago pada 1987, sedangkan cabang pertama di luar Amerika Utara terletak di Tokyo, Jepang, yang dibuka pada 1996. Duapuluh sembilan persen kedai Starbucks kini berada di luar Amerika Serikat, termasuk di Indonesia. Hingga saat ini, sedikitnya ada 60 gerai Starbuck siap menyediakan kopi di Jakarta, Bandung, Surabaya dan Denpasar.

Di berbagai tempat di Amerika Serikat sejumlah gerai Starbucks telah menjadi sasaran serangan sejumlah pihak yang berpendapat bahwa perusahaan ini menjadi bagian dari homogenisasi kebudayaan Amerika dan arus globalisasi yang melanda dunia. Bentuk serangan berbeda-beda, dari corat-coret di dinding, penuangan lem pada kunci pintu dan jendela gerai untuk mempersulit orang masuk atau mengotori jendelanya, hingga pemasangan surat pemberitahuan dengan kop surat palsu Starbucks yang isinya mengumumkan dengan penuh penyesalan tentang ditutupnya "ribuan gerai di seluruh dunia".

[271] Ketika membandingkan kadar lokalitas restoran tradisional lokal dengan kadar lokalitas restoran cepat saji global (yang sudah mengadaptasikan diri dengan realitas lokal), Ritzer (2006) menjelaskan lebih jauh sebagai berikut:

> Jadi, sementara sebuah kedai makan atau restoran tradisional lebih mungkin secara organik muncul dari sebuah lingkungan lokal, dimensi lokalitas sebuah gerai waralaba (*franchise outlet*) hanya menginternalisasikan beberapa elemen lokal sebagai suatu strategi bisnis. Terdapat perbedaan mendasar antara penciptaan sebuah kedai makan lokal (dengan elemen- elemen yang keseluruhannya berasal dari wilayah setempat) dengan penggunaan secara strategis sedikit elemen lokal untuk memberi perasaan kedaerahan pada sebuah restoran jaringan atau restoran waralaba. Walaupun sebuah restoran jaringan mungin mengizinkan suatu unit restorannya untuk menyesuaikan diri dengan komunitas lokal, restoran ini akan gagal untuk membuat dirinya sebagai bagian yang asli dari komunitas tersebut. Dalam tiap kasus, restoran jaringan tidak dapat terlalu jauh menuju arah komunita slokal atau ia akan menerima risiko kehilangan kesamaan yang merupakan tanda dari sebuah restoran jaringan dan merupakan sebuah sumber utama kesuksesannya. Sebagai kontrasnya, sebuah kedai makan lokal dapat secara total membenamkan dirinya ke dalam realitas-realitas lokal dan semakin dalam ia terbenam ke dalam komunitas lokal, semakin mungkin ia mencapai kesuksesan (h. 67).

[272] Visi organisasi Slow Food International, seperti yang tercantum dalam situs *web* mereka (www.slowfood.com), adalah sebagai berikut: "*Slow Food is a non-profit, eco-gastronomic member-supported organization that was founded in 1989 to counteract fast food and fast life, the disappearance of local food traditions and people's dwindling interest in the food they eat, where it comes from, how it tastes and how our food choices affect the rest of the world*."

[273] Makan dengan tempo lambat membantu proses pencernaan tubuh dalam hal penyerapan nutrisi. Proses pencernaan pun berjalan secara bertahap, tidak terburu-buru sehingga penyerapan nutrisinya bisa berjalan maksimal, selaras dengan ritme alamiah tubuh. Kegiatan memasak ala ibu atau nenek yang tidak terburu-buru dan dihayati juga bagian dari rekreasi dan rileksasi. Selain sebagai gerakan untuk melawan *fast food*, Slow Food Movement juga menjadi gerakan yang ikut mendukung keseimbangan alam yang sekarang ini makin terancam.

Ancaman tersebut berakar dari watak esensial industri *fast food* yang menyeragamkan semua produknya di seluruh dunia. Untuk mendukung industri *fast food*, dengan demikian, diperlukan bahan baku yang seragam juga. Ayam goreng *fried chicken* misalnya, berasal dari ayam ras atau broiler. Agar cepat besar, ayam ras diberi pakan berupa formula khusus, suntikan hormon, dan antibiotik. Contoh lain, industri *fast food* berbahan tepung terigu seperti roti dan donat juga akan menyingkirkan makanan lokal seperti gethuk atau tiwul. Pada sisi yang lebih hulu, sektor pertanian, menjamurnya gerai *fast food* di seluruh dunia akan memaksa dunia menerapkan sistem pertanian monokultur. Tanaman yang ada akan seragam, sesuai dengan permintaan industri *fast food*, seperti ayam broiler dan gandum. Akibatnya, flora dan fauna lokal bisa-bisa terpinggirkan. Selain itu, pengembangan sistem pertanian monokultur yang mengiringi industri *fast food* juga mendorong penggunaan pupuk dan pestisida sintetis. Selain membahayakan kesehatan manusia, tindakan ini ikut mengancam ekosistem alam, karena berisiko memutus rantai makanan yang ada pada ekosistem pertanian, seperti cacing, kodok, dan serangga. Teknologi paling mutakhir bahkan sudah menggunakan bibit hasil rekayasa genetika atau transgenik demi mengejar produksi secara cepat dan masal. Padahal, akibat buruk kebiasaan mengonsumsi makanan transgenik terhadap kesehatan belum tuntas diteliti dan baru diketahui setelah evolusi atau bergantinya generasi.

Melalui Slow Food Movement, bahaya penyeragaman bahan baku makanan bisa dihindari dan mendorong orang untuk menggunakan bahan baku makanan yang berbasis lokal. Pola makan berbasis lokal ini akan menghindarkan sistem pertanian dari eksploitasi besar-besaran. Gerakan Slow Food memiliki impian bahwa suatu saat tanaman dan ternak konsumsi akan diproduksi secara alamiah, tidak ter-buru-buru dan dalam jumlah besar demi pasar. Pestisida, hormon, antiobiotik, dan obat-obatan sintetis pun

disingkirkan. Dengan sendirinya, keseimbangan alam akan terjaga, karena makhluk yang hidup di sekitar ekosistem pertanian tidak terbunuh. (Paparan ini disarikan dari artikel bertajuk "Lawan Fast Food dengan Slow Food" [*Intisari* No. 534 Tahun 2009]).

[274] Dalam kultur Barat, ada tata urut makanan ketika disantap dalam suatu acara makan (bersama). Antropolog Robin Fox memaparkan hal ini dalam "Food and Eating: An Anthropological Perspective" (2009):

> *The order in which foods are eaten, which really does not matter, becomes highly ritualistic: Soup, fish, poultry, meat, dessert (which echoes the process of evolution) becomes a standard. Sweet should not be eaten before savory, and rarely (in France never) with. The French eat salad after the main dish, the Americans rigidly before; the English, to the disgust of both, put it on the same plate as the (cold) meat. In the East, it is more common to serve all the food together, often in communal dishes, and allow a wide sampling of different items. In the more individualistic West, place settings are rigidly set of from each other, and so are "courses".*

[275] Hubungan sosial dalam restoran cepat saji tentu saja dangkal dan tidak mendalam. Sebagaimana Robin Ledner gambarkan dalam *Fast Food, Fast Talk: Service Work and Routinization of Everyday Life* (1993, dalam Ritzer, 2003: 378), secara umum pelayan dengan bodoh mengikuti perintah kertas-kertas kecil (*script*), dan pelanggan tanpa ragu merespons dengan apa yang disebut Alfred Schutz sebagai aksi "yang diresepkan" (*receiped action*). Artinya, pelanggan dengan bodoh mengikuti apa yang mereka anggap resep sosial yang "dicoba-dan-benar", baik yang dipelajari maupun yang diciptakan oleh mereka sebelum itu, seperti bagaimana memperlakukan karyawan restoran dan, lebih umumnya, bagaimana cara kerja mereka melalui sistem yang dihubungkan dengan restoran cepat saji.

Sebagaimana yang dipaparkan oleh Ritzer (2003: 378-383), makanan yang dijual di restoran cepat saji (dan umumnya produk yang dipasarkan dalam bermacam-macam rangkaian McDonaldisasi) dapat dikatakan tidak memiliki kedalaman. Jelasnya, makanan adalah salah satu tipe yang paling dasar, yang menggunakan ramuan-ramuan umum, dan dipersiapkan dalam cara yang sangat sederhana. Makanan yang sempurna yang mengunakan ramuan yang tidak lazim dan bemar-benar melakukan persiapan yang sempurna tidak sesuai dengan model makna cepat saji. Misalnya, mereka sulit memuaskan seseorang atas aturan-aturan pokok McDonaldisasi, yakni efesiensi. Sebagaimana lazimnya, produk yang sangat sempurna, ramuan-ramuan yang sangat tidak lazim, dan persiapan yang sangat sempurna (yang menjadi ciri dari makanan *gourmet* yang biasa ditawarkan oleh restoran-restoran "tradisional"), adalah sangat tidak efisien dalam cara produksi makanan (atau yang lain).

Karakteristik kedangkalan seperti itu, dalam pandangan Ritzer, dapat dikatakan sebagai satu bentuk simulakra (*simulacrum*) menurut terminologi yang kemukakan oleh Jean Baudrillard. Misalnya, bukannya interaksi manusia "yang nyata" dalam pelayanan di restoran cepat saji, tetapi justru suatu bentuk interaksi yang disimulasi. Pegawai-pegawai mengikuti perintah kertas-kertas kecil, dan pelanggan membalas dengan respons yang telah diresepkan, dan sebagai hasilnya tidak ada interaksi yang sejati dan otentik pernah terjadi. Interaksi yang disimulasi adalah realitas itu sendiri—sesuatu yang merupakan hasil konstruksi.

Di restoran-restoran cepat saji, Ritzer menyimpulkan, hubungan pelanggan dan pelayan adalah hubungan mekanis dan sama sekali tanpa emosi. Dalam konteks ini, Baudrillard menggambarkan restoran cepat saji dengan metafora padang pasir: tidak punya kedalaman dan emosi. Setiap restoran cepat saji kelihatan mirip seperti yang lain. Akhirnya, seluruh daerah restoran-restoran cepat saji kelihatannya seperti padang pasir yang luas di mana sulit membedakan satu ciri khas yang lain. Setiap restoran cepat saji kelihatannya seperti desa kecil yang terdapat di perbatasan (*outpost*) yang sangat tidak bermakna di padang pasir. Dalam perspektif Baudrillard, seluruh dunia bergerak ke arah penciptaan konsumen padang pasir yang sama, dan akhirnya penciptaan padang pasir sosial.

[276] Kesimpulan ini juga dapat digunakan untuk mengkritisi kesimpulan yang dikemukakan oleh Langdon Winner dalam "*Do Artefacts Have Politics?*' karena artikel yang sangat terkenal ini memperlihatkan kecenderungan kepada pemikiran determinisme teknologi. Kasus yang diangkat Winner dalam artikel ini memperlihatkan bagaimana konstruksi teknologi jalan-jalan layang yang melintas di atas jalan-jalan raya yang menghubungkan Manhattan dengan Long Island, Amerika Serikat, dirancang dengan memberlakukan batas ketinggian tertentu yang membuat bus-bus bertingkat tidak bisa melewati jalan-jalan di bawahnya. Padahal, hanya bus-bus bertingkat yang dapat dijangkau tarifnya oleh komunitas miskin berkulit hitam yang tinggal di Harlem. Konstruksi jalan-jalan yang seperti itu telah menghalangi komunitas kulit hitam Harlem untuk bisa mengunjungi lokasi wisata di Long Island yang dihuni oleh komunitas *commuter* yang kaya. Winner, profesor ilmu politik pada Departement of Science and

Technology Studies di Rensselaer Politechnic Institute, New York, menunjukkan bagaimana rancangan dan konstruksi teknologi dapat memanifestasikan nilai-nilai sosial yang diskriminatif. Cara Winner mengambil kesimpulan, yang berfokus pada hambatan yang ditimbulkan oleh konstruksi jalan-jalan raya itu bagi sekelompok masyarakat (yakni komunitas miskin berkulit hitam), menunjukkan cara berpikir yang tampaknya bias pandangan determinisme teknologi.[]

Daftar Pustaka

Adams, Beatrice. 2007. "McDonald's Strange Menu Around the World" [http://trifter.com/practical-travel/budget-travel/mcdonald%e2%80%99s-strange-menu-around-the-world/ <diakses12 Januari 2010>].

Adeline. 2009. "Nasi bancakan Mang Barna-Kuliner Bandung" [http://kulinerbandungku. blogspot.com/ 2009/05/nasi-bancakan-mang-barna-kuliner.html <diakses 26 Juni 2009>].

Adlin, Alfathri. 2005. "Desain, Teknologi, Gaya Hidup: Perangkat Elektronik sebagai Simbol Status Sosial", dalam Idi Subandy Ibrahim *Lifestyle Ectasy: Kebudayaan pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Ainun, Faridilla. 2010. "Sushi 'Oishi' dari Bandung" [http://www.detikfood.com/ <diakses 2 Juni 2010>].

Alamsyah, Yuyun. 2009. "Burger Ekonomis Laris Manis". [http://www.abcculinaryacademy.com/artikelkecil.php?what=hidupsehat&judul=Burger-Ekonomis-Laris-Manis <diakses 11 Juni 2010>].

Amir, Sulfikar. 2003. "Menjelajahi Sains Lewat Dunia Sosial". *Kompas* [Bentara], 1 Oktober 2003.

Amiril, Ferri. 2009. "Rumah Stroberi, Sejuk Segar yang Bikin Betah", *Tribun Jabar*. 30 Oktober 2009.

Ang, Ien. 1996. "Culture and Communication: Towards an Ethnographic Critique of Media Consumption in the Transnational Media System", dalam John Storey (editor) *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold.

Ang, Veron. 2010. "Marché Restaurant–Swiss Haven", [http://sparklette.net/food/marche/ <diakses 28 Mei 2010>].

Angkadjaja, Catur Guna Yuyun. 2010. "Terpukai Rasa dan Aroma Burger Batok, Burger Aseli Indonesia" [http://wisataseru.com/2010/05/terpukau-rasa-dan-aroma-burger-batok-burger-aseli-indonesia/ <diakses 30 Mei 2010>].

Antariksa. 2000. "McDonaldisasi", *Newsletter Kunci* No. 5, April 2000. [http://kunci.or.id/esai/nws/05/mcdonaldisasi.htm <diakses 11/11/2009>].

Anttonen, Jenni dan Satu Jumisko-Pyykkö. 2008. "Understanding the Meaning of Experiences with Technology" (workshop paper) (http://www.cs.uta.fi/~ux-emotion/submissions/Anttonen&Jumisko-Pyykko.pdf <diakses 4 Mei 2010>).

Anugraha, Tubagus. 2009. "All About Strawberry" [http://bagussipil.blogspot.com/2009/04/all-about-strawberry.html <diakses 4 Juni 2010>].

Aprianti, Yenti. 2007. "Sumiwiludjeng: 'Brownies' Amanda untuk Kedamaian", dalam Chris Verdiansyah (editor) *Rahasia Sukses Wirausaha*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Archaeology Ireland. 2005. *Food: Culture and Identity*. Brosur konferensi yang diselenggarakan oleh Archaeology Ireland pada 12 November 2005 di Dublin, Irlandia.

Arfiani, Renny. 2010. "Klenger Burger, Tampilan Boleh West Food Rasa Tetap East Food", *Majalah Pengusaha,* Januari 2010 [http://www.majalahpengusaha.com/content/view/1198/33/ <diakses 24 Mei 2010>].

Arifah, Ema Nur. 2008a "Lasagna, Kelezatan Citarasa Italiano", *DetikBandung* [http://bandung.detik.com/ <diakses 24 Mei 2010>].

_____________. 2008b. "Kopi Murni Asli Koffie Fabriek", *DetikBandung* [http://bandung.detik.com/ <diakses 24 Mei 2010>].

_____________. 2008c. "Mau Bebek Goreng Ali? Antre Dong!" [http://bandung.detik.com/read/2008/09/05/111413/1050993/673/mau-bebek-goreng-ali-antre-dong <diakses 13 Juni 2010>].

Ashley, Bob, Joanne Hollows, Steve Jones, dan Ben Taylor. 2004. *Food and Cultural Studies*. Londoen: Rotledge.

Awangsih, Liem Kurnia (Ny Liem). 2006a. "Kue Kering Modern". Jakarta: Gramedia.

_____________. 2006b. "Resep Andalan Ny. Liem - Kue Kering Coklat, Kaastengels & Nastar". Jakarta: Gramedia.

bakeryindonesiamag.com. 2008. "Adu Strategi Bakery Bandung". [http://www.bakeryindonesiamag.com/2008/12/04/adu-strategi-bakery-bandung/ <diakses 11 Juni 2010>].

bandunglife.com. 2008. "Sarang Kopi–Wisata Kuliner Pasbar PAB Bandung". [http://bandunglife.com/sarang-kopi-wisata-kuliner-pasbar-pab-bandung.html <diakses 1 Juni 2009>].

Banks, James A. & Cherry A. McGee Banks. 2009 (edisi ke-7). *Multicultural Education: Issues and Perspectives*. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons.

Banyumurti, Indriyatno. 2008. "Nasi Bancakan, Bandung". [http://www.banyumurti.net/2008/03/kuliner-47-nasi-bancakan-bandung.html <diakses 25 Mei 2009>].

Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Terjemahan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Barnard, Malcolm. 2009 (2007). *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Terjemahan Idi Subandy Ibrahim dan Yosal Iriantara. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Barthes, Roland. 1964. *Elements of Semiology* (direproduksi oleh www.marxists.org) [ttp://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ fr/barthes.htm <diakses 17/4/2009>].

_____________. 2007a. *Petualangan Semiologi*. Terjemahan Stephanus Aswar Herwinarko. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

_____________. 2007b. *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Repreentasi*. Terjemahan Ikramullah Mahyuddin. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Basral, Akmal Nasery. 2009. "Heboh 'Makanan Sampah' di Tempat Suci", *Koran Tempo*, 12 Oktober 2009.

Beaudry, Mary C., Lauren J. Cook, dan Stephen A. Mrozowsky. 1996. "Artifacts and Active Voices: Material Culture as Social Discourse", dalam Charles E. Orser (editor) *Images of the Recent Past: Readings in Historical Archaeology*. Rowman Altamira.

Bennett, Andy. 2005. *Culture and Everyday Life*. London: Sage Publications.

Berger, Arthur Asa. 2000. *Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer: Suatu Pengantar Semiotika*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

_____________. 2004. "Semiotic Analysis". [http://www.uk.sagepub.com/upm-data/5171_Berger_Final_Pages_Chapter_1.pdf <diakses 28/5/2010>].

Berry, G. R. 1958. *The Classic Greek Dictionary*. New York: Follet Publishing Company.

Bezuidenhout, Ilze. 1998. "What Constitutes Cultural Identity?", *A Discursive-Semiotic Approach to Translating Cultural Aspects in Persuasive Advertisements*. [http://ilze.org/semio/011.htm <diakses 17/7/2009>].

Bijker, Wiebe E. 1992. "The Social Construction of Fluorescent, or How an Artifact Was Invented in Its Diffusion Stage", dalam Bijker dan Law (editor). *Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. Massachusetts: MIT Press.

_____________. 2001. "Understanding Technological Culture through a Constructivist Views of Science, Technology, and Society", dalam Cutcliffe dan Mitcham (editor)*Visions of STS: Counterpoints in Science, Technology, and Society Studies*. Albany: State University of New York Press.

Bijker, Wiebe E., Thomas P. Hughes, dan Trevor Pinch (editor). 1987. *The Social Construction of Technological Systems: New Directions of the Sociology and History of Technology*. Massachusetts: MIT Press.

Bijker, Wiebe E. dan John Law (editor). 1992. Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change. Massachusetts: MIT Press.

Blog Kuliner. 2009. "Tomodachi Kafe" (http://kulinerbandungku.blogspot.com/ 2009/ 06/tomodachi-kafe-kuliner-bandung.html <diakses 24 Mei 2010>].

Bodley, John H. 1994. "What is Culture?" (http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/ commons/topics/culture/culture-definitions/bodley-text.html <diakses) 5/9/2009>].

Bohannan, Paul dan Mark Glazer. 1988. *High Points in Anthropology*. New York: McGraw-Hill.

Braundy, Marcia. 2006. "Reader's Response to Sadie Plant's Zeros +Ones: Digital Women + The New Technoculture". *Educational Insights* 2006, Vol. 10: 2 (November).

Briggs, Asa dan Peter Burke. 2006. *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Sampai Internet*. Terjemahan A. Rahman Zainuddin. Jakarta: YOI.

Brillat-Savarin, Jean-Anthelme. 1981. *The Philosopher in the Kitchen*. Terjemahan Anne Drayton. London: Penguin Books

Budianta, Melani. 2002. "Sastra dan Kajian Budaya". *Asian Studying Asia: Cultural Studies for Asia Context* (Public Lecture and Worksop). Yogyakarta, 14-17 Mei 2002.

Callon, Michel. 1987. "Society in the Making: The Study of Technology as a Tool for Sociological Analysis", dalam Bijker, Wiebe E., Thomas P. Hughes, dan Trevor Pinch (editor) *The Social Construction of Technological Systems: New Directions of the Sociology and History of Technology*. Massachusetts: MIT Press.

Canadian Ethnic Studies Journal. 2005. "You are Where You Eat: Ethnicity, Food and Cross-cultural Spaces". [http://goliath.ecnext.com/coms2/browse_R_C111 <diakses 9/9/2008>].

Carberry, Helen. 2003. *Semiotic Analysis of Clinical Chemistry: For "Knowledge Work" in the Medical Sciences*. Disertasi PhD, Queensland Institute of Technology.

Cavallaro, Dani. 2004. *Teori Kritis dan Teori Budaya*. Terjemahan Laily Rahmawati. Yogyakarta: Niagara.

Chandler, Daniel. 1994. "Semiotics for Beginners". [http://www.aber.ac.uk/ media/Documents/S4B/semiotic.html <diakses 18/7/2009>].

Cheney, David. 2006. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

chikastuff.wordpress.com. 2007. "Kuliner: Brownies Kukus Amanda" [http://chikastuff.wordpress.com/ <diakses 1 Juli 2009>].

Christomy, Tommy (editor). 2002. *Indonesia Tanda yang Retak*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.

_____________. 2004. “Peircean dan Kajian Budaya”, dalam Tommy Christomy dan Untung Yuwono (editor) *Semiotika Budaya*. Depok: Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya (PPKB) UI.

Christomy, Tommy & Untung Yuwono (editor). 2004. *Semiotika Budaya*. Depok: Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya (PPKB) UI.

cicipsanacicipsini.blogspot.com. 2009a. ”Sushi Boon: Eating Sushi with Different Experience”, [http://cicipsanacicipsini.blogspot.com/2009/06/sushi-boon-eating-sushi-with-different.html <diakses 24 Mei 2010>].

_____________. 2009b. ”Aftrenonn at Nany’s Pavilion”, [http://cicipsanacicipsini.blogspot.com/2009/06/afternoot-at-nanys-pavillon.html <diakses 24 Mei 2010>].

_____________. 2009c. ”Mengenang Kampung Halaman di Nasi Bancakan”, [http://cicipsanacicipsini.blogspot.com/2009/06/mengenang-kampung-halaman-di-nasi.html <diakses 24 Mei 2010>].

cirengkoe.indonetwork.co.id. [tt]. ”Cireng Isi Aneka Rasa dalam Kemasan” [http://cirengkoe.indonetwork.co.id/1398648/cireng-isi-aneka-rasa-dalam-kemasan.htm <diakses 10 Juni 2010>].

Cobley, Paul. 2002. *Mengenal Semiotika for Beginners*. Bandung: Mizan.

Coleman, Jonathan. 2000. “Is Technology Making Us Intimate Strangers?”, *Newsweek*, 27 Maret 2000, Vol. 135, h. 12.

Cooper, Simon. 2002. *Technoculture and Critical Theory: In the Service of the Machine?* London: Routledge.

Counihan, Carole dan Penny Van Esterik. 1997. *Food and Culture: A Reader*. London: Routledge

Cowherd, Robert. 2002. *Cultural Construction of Jakarta: Design, Planning and Development*. Disertasi PhD, Massachusetts Institute of Technology.

Creswell, John. W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. California: Sage Publications.

Cutcliffe, Stephen H. & Carl Mitcham (editor). 2001. *Visions of STS: Counterpoints in Science, Technology, and Society Studies*. Albany, NY: State University of New York Press.

Damen, L. 1987. *Culture Learning: The Fifth Dimension on the Language Classroom*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Delao, Gustavo. [tt]. “The Semiotics of Food”. [http://www.semioticsoffood.com <diakses 1 Juni 2009>].

Dell’Era, Claudio & Roberto Verganti. 2006. “Innovation, Imitation and Diffusion of Dominant Product Languages”, *13th International Product Development Management Conference*, Milan, Italy, 11-13 Juni [http://www.ingegneriagestionale.uniroma1.it/aiig2006/atti%20convegno/pdf/Dell%27Era_Verganti.pdf <diakses 14 Juli 2009>].

Dewi, Nova Sita. 2010. ”Kopi, Semakin Tua, Semakin Mantap”, *Kompas*, 23 Januari 2010.

Dormer, Peter. 2008. *Makna Desain Modern: Budaya Material, Konsumerisme, dan (Peng)Gaya(an)*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Dove, Michael R. 1985. *Peranan Kebudayaan Tradisional Indonesia dalam Modernisasi*. Jakarta: YOI.

Eco, Umberto. 2009. *Tamasya dalam Hiperealitas*. Terjemahan Iskandar Zularnain. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

_____________. 2009. *Teori Semiotika: Signifikasi, Komunikasi, Teori Kode, serta Teori Produksi-Tanda*. Terjemahan Inyiak Ridwan Muzir. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Edgar, Andrew & Peter Sedgwick. 2005. *Cultural Theory: The Key Concepts* (2nd Ed.). New York: Routledge.

Encyclopædia Britannica. 2009. "Cultural Globalization", dalam *Encyclopædia Britannica Online*. [http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1357503/cultural-globalization <diakses 29/6/2009>].

_____________. 2010. "Robert K. Merton", dalam *Encyclopædia Britannica Online*. [http://www.britannica.com/EBchecked/topic/376454/Robert-K-Merton <diakses 13/12/2010>].

Erwin Y.S. & Taufik Abriansyah. 2003. "Pemain Tua di Pasar Kopi", *Gatra*, Edisi 47, 3 Oktober 2003.

esst.unimaas.nl. 2006. "Technological Culture". [http://www.esst.unimaas.nl/ESSTTC/Course/GeneralAims.html <diakses 17/7/2009>].

Featherstone, Mike. 1988. "Budaya Konsumen, Kekuatan Simbolis dan Universalisme", dalam Hans-Dieter Evers (editor) *Teori Masyarakat: Proses Peradaban dalam Sistem Dunia Modern*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia (YOI).

Febiliawanti, Intan Airlina. 2010. "Strawberry, Tekan Risiko Kanker dan Sakit Jantung". *Kompas*, 11 November 2009.

Feimster, Carolyn J. 2009. "Culinary Tourism", dalam *ICSC Certified Professionals Newsletter–February 2009*.

Fifth Town Artisan Cheese Co. 2005. "What is Culinary Tourism". [http://www.fifthtown.ca/artisan_cheese/tourism/what_is_culinary_tourism/ <diakses 31/5/2009>].

Finesso, Gregorius Magnus. 2010. "Mencicipi Sushi yang Lebih Merakyat", *Kompas*, 20 Februari 2010.

Finkelstein, Joanne. 1999. "Rich Food: McDonald's and Modern Life", dalam Barry Smart (editor) *Resisting McDonaldization.* London: Sage Publication.

Fischler, Claude. 1988. "Food, Self and Identity", *Social Science Information* Vol. 27, No. 2, hlm. 275-292.

Fiske, John. 1996. "British Cultural Studies and Television", dalam John Storey (editor) *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold.

Fitrianto, Dahono dan Susi Ivvaty. 2009. "*Inovasi Mi Toko You", Kompas*, 22 Maret 2009, h. 21.

Fox, Robin. 2009. "Food and Eating: An Anthropological Perspective". Social Issues Research Centre [http://www.sirc.org/publik/foxfood.pdf <diakses 8 Juni 2010>].

Frow, John dan Meaghan Morris. 1996. "Australian Cultural Studies", dalam John Storey (editor) *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold.

Fuselier, Cherise dan Harumi Moruzzi. 2006. "Effects of Globalization on Japanese Food Culture and Health". *Japan Today*, Spring Quarter 2006.

Gandapurnama, Baban. 2010. "Sidewalk Café: Sajian Hotel dengan Harga Murmer". [http://bandung.detik.com <diakses 4 Juni 2010>].

Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books

_____________. 1992. *Tafsir Kebudayaan*. Terjemahan Francisco Budi Hardiman. Yogyakarta: Kanisius.

Giddings, Seth. 2005. "Playing With Non-Humans: Digital Games as Techno-Cultural Form". *Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views–Worlds in Play*. [http://www.digra.org/dl/db/06278.24323.pdf <diakses 16 Juni 2009>].

Goodman, Douglas J. dan Mirelle Cohen. 2003. *Consumer Culture: A Reference Handbook*. ABC-CLIO.

Gould, John D. 1995. “How to Design Usable Systems”, dalam R. Baecker, J. Grudin, W. Buxton, dan S. Greenberg (editor) *Readings in Human Computer Interaction: Towards the Year 2000* (2nd Ed.). Massachusetts: Morgan Kaufmann.

Grabber, Robert B. 1992. “Population Pressure, Agricultural Origins, and Global Theory: Comment on Mc Corriston and Hole”. *American Anthropologist* 94: 583-584.

Gray, Jerry. 2004. “Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide” (resensi buku), *Journal of Economic Issue*, Maret 2004, h. 294-295.

Green, Lelia. 2001. *Technoculture: From Alphabet to Cybersex* (sinopsis buku). [http://www.allenandunwin.com/default.aspx?page=29 <diakses 11/2/2010>].

Grossberg, Lawrence. 1996. “The Circulation of Cultural Studies”, dalam John Storey (editor) *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold.

Grusin, Richard. 2004. *Culture, Technology, and the Creation of America’s National Parks*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gunawan, Rimbo. 2007. ”Budaya (*Culture*): Jembatan antara Manusia dan Lingkungan”. Modul Perkuliahan Program Magister Ilmu Lingkungan Universitas Padjajaran.

Hadriani P. 2009. ”Tetirah yang Memanjakan”. *Koran Tempo*, 26 November 2009, h. C1.

Hall, Stuart. 1996. Cultural Studies: Two Paradigms”, dalam John Storey (editor) *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold.

Hammond, David. 2002. “Semiotics of the Monte Cristo’s Maple Tree, Oak Park”. [http://chowhound.chow.com/ <diakses 1/6/2009>].

Handayani, Sulha. 2008. ”Nostalgia Makanan di Kampoeng Tempo Doeloe”, [http://www.inilah.com/berita/gaya-hidup/2008/05/20/28994/nostalgia-makanan-di-kampoeng-tempo-doeloe/ <diakses 23 Mei 2010>].

Hardiman, Farncisco Budi. 2003. *Melampaui Positivisme dan Modernitas: Diskursus Filosofis tentang Metode Ilmiah dan Problem Modernisme*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Harrington, Austin. 2001. *Hermeneutic Dialogue and Social Science:ACritique of Gadamer and Habermas*. London: Routledge.

Harrison, Lawrence E. 2006. “Memajukan Perubahan Budaya yang Progresif”, dalam Lawrence E. Harrison dan Samuel P. Huntington (editor) *Kebangkitan peran Budaya: Bagaimana Nilai-nilai Membentuk Kemajuan Manusia*. Jakarta: LP3ES.

Held, David dan Anthony G. McGrew (editor). 2003 [2000]. *The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate*. Oxford: Blackwell Publishing (in association with Polity Press).

Hoed, Benny H. 2001. ”Dampak Komunikasi Periklanan: Sebuah Ancangan dari Segi Semiotik”, dalam E.K.M. Masinambow dan Rahayu S. Hidayat (editor) *Semiotik: Mengkaji Tanda dalam Artifak*. Jakarta: Balai Pustaka.

______________. (editor). 2001. *Dari Logika Tuyul ke Erotisme*. Magelang: Indonesia Tera.

______________. 2008. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya (FIB) UI.

Hofstede, G. 1984. “National Cultures and Corporate Cultures”, dalam L.A. Samovar dan R. E. Porter (ed.) *Communication Between Cultures*. Belmont, CA: Wadsworth.

Huntington, Samuel P. 2006. “Budaya Mempunyai Andil”, dalam Lawrence E. Harrison dan Samuel P. Huntington (editor) *Kebangkitan peran Budaya: Bagaimana Nilai-nilai Membentuk Kemajuan Manusia*. Jakarta: LP3ES.

Ibrahim, Idi Subandy. 2006. ‘Kamu Bergaya Maka kamu Ada: Masyarakat Pesolek dan Ladang Persemaian Gaya Hidup’. Kata Pengantar dalam David Chaney, *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

_____________. 2007. ”Memahami Mitos-Mitos Budaya Populer dalam ‘Masyarakat Komunikasi’ Mutakhir: Arti Penting Kritik Ideologis Barthes” (Pengantar), dalam Roland Barthes, *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Repreentasi*. Terjemahan Ikramullah Mahyuddin. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

_____________. 2009. ”Pakaian Anda Menunjukkan Siapa Anda? Semiotika Fashion dan Pakaian sebagai Komunikasi Artifaktual” (Pengantar), dalam Malcolm Barnard *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

id.wikipedia.org. 2010. “Sushi” [http://id.wikipedia.org/wiki/Sushi <dikases 30 Mei 2010>].

Ihde, Don. 1990. *Technology and the Lifeworld: From Garden to Earth*. Bloomington: Indiana University Press.

_____________. 1993. *Philosophy of Technology: An Introduction*. New York: Paragon House.

Inglis, David. 2005. *Culture and Everyday Life*. London: Routledge.

Intisari. 2009. “Lawan Fast Food dengan Slow Food”. *Intisari* No. 534.

Ipsen, Guido. 2004. “Semiotics of Cultural Interfacing”. *Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften* 15. Nr. Juni 2004.

Iskandar, Gustaff H. 2006. “Fuck You! We ‘re from Bandung”, dalam Alfathri Adlin (editor) *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Jacobs, Lauren. 2005. “Multiculturalism and ‘Britishness’ in British Food Culture”. [http://www.lauren-jacobs.com/academics/papers/BritishFood.pdf <diakses 25/6/2009>].

Jalasutra (penerbit). 2007. “Avant-Propos: Prawacana dari Penerbit”, dalam Roland Barthes *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Repreentasi*. Terjemahan Ikramullah Mahyuddin. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

_____________. 2009. “Avant-Propos: Prawacana dari Penerbit”, dalam Umberto Eco *Tamasya dalam Hiperealitas*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Jean-Anthelme Brillat-Savarin. 1981. *The Philosopher in the Kitchen*. Harmondsworth: Penguin Books.

jendelailmu.com. [tt]. “Tamasya dalam Hiperealitas (Sinopsis)” [http://www.jendelailmu.com/daftar-buku/pid-8264/tamasya-dalam-hiperealitas.html <diakses 17/08/2009>].

Johnson, Richard. 1996. What is Cultural Studies Anyway?”, dalam John Storey (editor) *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold.

Jolly, Clifford J. dan Randall K. White. 1995. *Physical Anthropology and Archaeology*. New York: McGraw-Hill.

Junior, Awie. [tt]. “Brownies Kukus Amanda (Katalog Produk)” [http://indonetwork.co.id/awie_junior/prod <diakses 1 Juli 2009>].

karedokbandung.com. 2009. "Klenger Burger, Burger Enak yang Bikin Klenger", [http://www.karedokbandung.com/2009/04/klenger-burger-burger-enak-yang-bikin.html <diakses 24 Mei 2010>].
Karim, M. Shahrim Ab., Bee-Lia Chua, dan Hamdin Salleh. 2009. "Malaysia as A Culinary Tourism Destination: International Tourists' Perspective", *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, h. 63-78.
Kauppinen, Hannele. 2004. *Colours as Non-Verbal Signs on Packages* (disertasi, tidak dipublikasikan). Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.
Keane, Web. 2006. "Subjects and Objects", dalam Christopher Tilley dkk. *Handbook of Material Culture*. London: Sage Publications.
Keesing, Roger M. 1999 [1989]. *Antropologi Budaya: Suatu Perspektif Kontemporer* (edisi kedua). Terjemahan Samuel Gunawan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
Kellner, Douglas. 1999. "Theorizing/Resisting McDonaldization: A Multi-perspectivist Approach", dalam Barry Smart (editor) *Resisting McDonaldization.* London: Sage Publication.
Kipfer, Barbara Ann. 2000. *Encyclopedic Dictionary of Archaeology*. New York: Kluwer Academics/Plenum Publishers.
Kleden, Ignas. 1987. *Sikap Ilmiah dan Kritik Kebudayaan*. Jakarta: LP3ES.
Kluckhohn, Clyde dan W.H. Kelly. 1945. "The concept of culture", dalam Ralph Linton (editor) *The Science of Man in the World Culture*. New York:
Koc, Mustafa dan Jennifer Welsh. 2002. "Food, Foodways and Immigrant Experience". Makalah pada Canadian Ethnic Studies Association Conference, November 2001, di Halifax, Kanada.
Koenjaraningrat. 1974. *Kebudayaan, Mentalitet, dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia.
______________. 1987. *Sejarah Teori Antropologi I*. Jakarta: UI Press
______________. 1989 [1979]. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara Baru
______________. 1990 [1979]. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
Kompas. 2008. "Bandung, Plural dan Toleran", 10 Agustus 2008.
______________. 2009a. "Romantisisme Radio Tua", 20 Desember 2009, h. 17.
______________. 2009b. "Jelajahi Pengalaman Kuliner Seru dengan Keju" (Adv), Agustus 2009.
______________. 2009c. "Antre Makan Nasi Bancakan", 20 Januari 2009.
______________. 2010a. "Alunan Gamelan Suatu Malam", 21 Maret 2010, h. 32
______________. 2010b. "Bakmi Jawa Si Pemuas Rindu", 20 Maret 2010, h. 27.
______________. 2010c. "Aroma Kampung dan Racikan Bumbu Khas Desa", 20 Maret 2010, h. 27.
Koran Jakarta. 2010. "Ruang Multietnis ala Singapura", 25 April 2010.
Kottak, Conrad Phillip. 1991. *Anthropology: The Exploration of Human Diversity*. New York: McGraw-Hill.
Krige, John. 2006. "How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technology" (resensi buku), *Contemporary Sociology*, Januari 2006, h. 31-32.
Kroeber, Alfred L. dan Clyde Kluckhohn. 1952. *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions.* Harvard University Peabody Museum of American Archeology and Ethnology Papers 47.
Küchler, Suzanne dan Daniel Miller. 2005. 'Introduction', dalam Suzanne Küchler dan Daniel Miller (editor) *Clothing as Material Culture.* Oxford: Berg.

Kuhn, Katina. 2009. “Consumerist Lifestyles in the Context of Globalization: Investigating Scenarios of Homogenization, Diversification and Hybridization”, dalam Hellmuth Lange & Lars Meier (editor), *The New Middle Classes: Globalizing Lifestyles, Consumerism and Environmental Concern*. London: Springer.

kulinologi.biz. 2010a. “Eksistensi Bakery Bandung di Tengah Kehadiran Bakery Asing”. [http://www.kulinologi.biz/index1.php?view&id=76 <diakses 14 Juni 2010>].

______________. 2010b. “Tren dan Arah Pengembangan Produk Roti”. [http://www.kulinologi.biz/index1.php?view&id=252. <diakses 14 Juni 2010>].

Kuntowijoyo. 1994. *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*, Magelang: Indonesia Tera.

Kustiasih, Risni & Arum Tresnaningtyas Dayuputri. 2009. “Mari Berpesta Yakiniku dan Shabu-shabu”, *Kompas*, 14 November 2009, h. L (Suplemen *Kompas* Jawa Barat).

Kusuma, Mawar. 2009a. “Edward, Lokalitas dalam Cokelat Monggo”. *Kompas*, 13 Juni 2009.

______________. 2009b. “Mi Jawa Incaran Pejabat”, *Kompas*, 11 Oktober 2009, h. 16.

______________. 2009c. “Desa Piyaman, Gudang Pedagang Bakmi Jawa”, *Kompas*, 11 Oktober 2009, h. 16.

Landes, David S. 2006. ”Hampir Semua Perbedaan Berasal dari Budaya”, dalam Lawrence E. Harrison dan Samuel P. Huntington (editor) *Kebangkitan peran Budaya: Bagaimana Nilai-nilai Membentuk Kemajuan Manusia*. Jakarta: LP3ES.

Latour, Bruno. 1987. *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*. Massachusetts: Harvard University Press.

______________. 1992a. “Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts”, dalam Bijker dan Law (editor) *Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. Massachusetts: MIT Press.

______________. 1992b. “Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Door”. [http://www.ensmp.fr/~latour/articles/article/050.html <diakses 14/3/2009>].

______________. 2005. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Law, John (ed.). 1991. *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology, and Domination*. Sociological Review Monograph 38. London: Routledge.

______________. 1992. ”Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy and Heterogeneity”, Centre for Science Studies and the Dept of Sociology, Lancaster. [http://www.comp.lancaster.ac.uk/sociology/soc054jl.html <diakses 22/6/2009>].

Law, John dan Wiebe E. Bijker. 1992. “Postscript: Technology, Stability, and Social Theory”, dalam Bijker dan Law (eds.) *Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. Massachusetts: MIT Press.

Lederach, J.P. 1995. *Preparing for Peace: Conflict Transformation Across Cultures*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.

Leeds-Hurwitz, Wendy. 1993. *Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Lehtonen, Hilkka. 2009. “Apakah Visualisasi Arsitektural Merupakan Reduksi?”, dalam Susann Vihma & Seppo Väkevä (editor) *Semiotika Visual dan Semantika Produk: Pengantar Teori dan Praktik Penerapan Semiotika dalam Desain*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Lim, Francis. 2008. *Filsafat Teknologi: Don Ihde tentang Manusia dan Alat*. Yogyakarta: Kanisius.

Lindbolm, Charles E. 2001. *The Market System: What It Is, How It Works, and What To Make of It*. New Haven: Yale University Press.

Lombard, Denys. 1996. *Nusa Jawa Silang Budaya: Kajian Sejarah Terpadu* (*Bagian III: Warisan Kerajaan-Kerajaan Konsentris*). Jakarta: Gramedia.

Lubis, Akhyar Yusuf. 2006. *Dekonstruksi Epistemologi Modern: Dari Posmodernisme, Teori Kritis, Poskolonialisme Hingga Cultural Studies*. Jakarta: Pustaka Indonesia Satu.

Lysloff, Rene T. A. dan Leslie C. Gay, Jr. (editor). 2003. *Music and Technoculture*. Connecticut: Wesleyan University Press.

Mackay, Hugh. 2005. "Design and Culture: the Symbolic Shaping of Apple Computers", makalah dipresentasikan pada T*he Annual Meeting of the American Sociological Association,* Philadelphia, 12 Agustus 2005 [http://www.allacademic.com/meta/p23058_index.html <diakses 4 Mei 2010>].

Magetsari, Nurhadi. 2003. "Teori dan Arkeologi", dalam R. Cecep Eka Permana dkk. (editor) *Cakrawala Arkeologi: Persembahan untuk Prof. Dr. Mundardjito*. Depok: Jurusan Arkeologi FIB-UI.

Mander, Jerry. 1999. "How Cyber Culture Deletes Nature", *The Ecologist;* May/Jun 1999, h. 171.

Manik, Pratiwi Ester Novita. 2008. "Dim Sum Bintang Lima Harga Kaki Lima", *DetikBandung* [http://us.bandung.detik.com/ <diakses 24 Mei 2010>].

Marahimin, Ismail. 1994. *Menulis Secara Populer*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya.

Maryoto, Andreas. 2010. "Kolonialisme: Penjajahan Itu Menusuk hingga Lidah", *Kompas*, 9 Januari 2010, h. 36

Masinambow, E.K.M. 2001. "Semiotik dalam Kajian Kebudayaan", dalam E.K.M. Masinambow dan Rahayu S. Hidayat (editor) *Semiotik: Mengkaji Tanda dalam Artifak*. Jakarta: Balai Pustaka.

______________. 2004. "Teori Kebudayaan dan Ilmu Pengetahuan Budaya", dalam T. Christomy dan Untung Yuwono (editor) *Semiotika Budaya*. Jakarta: PPKB UI.

Masinambow, E.K.M. dan Rahayu S. Hidayat. 2001. *Semiotik: Mengkaji Tanda dalam Artifak*. Jakarta: Balai Pustaka.

Matala, Riikka. 2004. "Gendered Cyborgs: The Users of Intelligent Clothing", dalam *Signification, Usability, and Interaction in Design*. Design Research seminar 1.-2.12.2004 at the University of Art and Design, Helsinki, Finlandia.

mcflorida.com. [tt]. "Palm Coast McDonald's". [http://www.mcflorida.com/ 6717/ <diakses 11 Juni 2010>].

MacLaurin, Tanya, Julia Blose, dan Rhonda Mack. 2007. "Marketing Segmentation of Culinary Tourists", makalah dipresentasikan pada *7th Global Conference on Business & Economics*, Roma, Italia, 13-14 Oktober.

McNeill, Tony. 1996. "Roland Barthes: Mythologies (1957)". [http://seacoast.sunderland.ac.uk/ ~os0tmc/myth.htm <diakses 8/11/2009>].

megadiskon.com. 2010a. "Kafe Kebon: Suasana dan Makanan ala Barat, Cita Rasa dari Timur". [http://www.megadiskon.com/content/news/read/ 394/kafe-kebon-suasana-dan-makanan-ala-barat-cita rasa-dari-timur.html <diakses 16 Mei 2010>].

______________. 2010b. "Makan Enak dengan Suasana Homy di Tree House Café". [http://www.megadiskon.com/content/news/read/325/makan-enak-dengan-suasana-homy-di-tree-house-cafe.html <diakses 16 Mei 2010>].

Mehta, Brinda J. 2004. “A Taste of Thyme: Culinary Cultures of the Middle East” (resensi buku), *Middle East Women's Studies Review*, Vol. XIX, Nos. 1 & 2, Spring/Summer 2004).

Merriam-Webster’s Collegiate Dictionary, Eleventh Edition. 2003. Massachusetts: Merriam-Webster, Incorporated.

Messwati, Elok Dyah. 2000. “Paket Nasi dan Sinkretisme Kebudayaan”, *Kompas*, 9 April 2000.

Misu, NA. 2001. “The Cultural Construction of the Computer as a Masculine Technology: An Analysis of Computer Advertisements in Korea’, *AJWS* Vol. 7 No. 3, 2001, h. 93-114.

Mrazek, Rudolf. 2006. *Engineers of Happy Land: Perkembangan Teknologi dan Nasionalisme di Sebuah Koloni*. Terjemahan Hermojo. Jakarta: YOI.

Nelson, Cary. 1996. “Always Already Cultural Studies: Academic Conferences and a Manifesto”, dalam John Storey (editor) *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold.

Nova. [tt]a. “Sorga Makanan di Kota Kembang”. [http://nostalgia.tabloidnova.com. <diakses 11 Juni 2010>].

_____________. [tt]b. “Tur Klub Nova Kebun Stroberi: Setelah Dicicipi, Rasanya Hmm Segar...”. [http://nostalgia.tabloidnova.com. <diakses 11 Juni 2010>].

_____________. [tt]c. “Pesta Ulang Tahun di Resto: Gaya Tarzan Hingga Pesta Di Kereta”. [http://nostalgia.tabloidnova.com. <diakses 11 Juni 2010>].

Nugraha, Pepih. 2006. ”Donat sebagai gaya Hidup”. *Kompas*, 23 September 2006, h. 35.

Nugrahanto, Pradipta 2009. “Tonijack’s Indonesia, Fastfood Rasa Lokal”, *DetikBandung* [http://bandung.detik.com/ <diakses 12 Januari 2010>].

O’Donnell, Kevin. 2009. *Sejarah Ide-Ide*. Terjemahan Jan Riberu. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Olsen, Bjørnar. 2003. “Material Culture after Text: Re-Membering Things”, *Norwegian Archaeological Review*, Vol. 36, No. 2, 2003, h. 87-104.

Palupi, Sri. 2007. “Belajar Berkota, Belajar Berdemokrasi”. *Kompas*, 23 Juli 2007.

Pambudy, Ninuk Mardiana. 2009. ”Dari Kandangan Menuju London”. *Kompas*, 8 Maret 2009.

_____________. 2010. ”Menyantap Resep Keluarga Nyoman Nuarta”. *Kompas*, 31 Januari 2010, h. 16.

Pânzaru, Olga. 2007. “Spatial Semiological Structures (I)”. [http://www.univagro-iasi.ro/Horti/Lucr_St_2007/Lucrari%20Sect%20I/panzaru%20o%202.pdf <diakses 1 Mei 2009>].

Patterson, Orlando. 2006. “Menganggap Serius Budaya: Kerangka dan Ilustrasi Afro-Amerika”, dalam Lawrence E. Harrison dan Samuel P. Huntington (editor) *Kebangkitan peran Budaya: Bagaimana Nilai-nilai Membentuk Kemajuan Manusia*. Jakarta: LP3ES.

Pietrykowski, Bruce. 2004. “You Are What You Eat: The Social Economy of the Slow Food Movement”, *Review of Social Economy*, Vol. 62, 2004 (Journal Article Excerpt). [http://www.questia.com <diakses 23/12/2008>].

Pfafenberger, Bryan. 1998. “Fetishised Objects and Humanised Nature: Towards an Anthropology of Technology”, *Man*, New Series, Vol. 23, No.2 (Jun., 1988), 236-252.

Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Bandung: Mizan.

_____________. 2001. *Sebuah Dunia yang Menakutkan: Mesin-mesin Kekerasan dalam Jagat Raya Chaos*. Bandung: Mizan.

______________. 2008 [2003]. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Bandung: Jalasutra.

______________. 2006. ”Imagologi dan Gaya Hidup: Membingkai Tanda dan Dunia”, dalam Alfathri Adlin (editor) *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Pinch, Trevor, Malcolm Ashmore, dan Michael Mulkay. 1992. “Technology, Testing, Text: Clinical Budgeting in the U.K. National Health Service”, dalam Bijker dan Law (editor) *Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. Massachusetts: MIT Press.

Pinch, Trevor dan Richard Swedberg. 2008. *Living in a Material World: Economic Sociology Meets Science and Technology Studies (Inside Technology)*. Massachusetts: MIT Press.

Ponisa, Temy. 2009. “Kripik Pisang Coklat”. [http://sindangrasabdg. blogspot.com/2009/11/kripik-cireng.html <diakses 10 Juni 2010>].

Porter, Michael E. 2006. “Sikap, Nilai, Kepercayaan, dan Mikroekonomi Kemakmuran”, dalam Lawrence E. Harrison dan Samuel P. Huntington (editor) *Kebangkitan peran Budaya: Bagaimana Nilai-nilai Membentuk Kemajuan Manusia*. Jakarta: LP3ES.

Pratikto, Riyodina G. 2007. “Bagaimana “Starbucks Coffee” Sukses Sebagai Waralaba, Dipandang dari Perspektif ‘Advertising Public Relations’”. *Jurnal UBL* Vol.2 No.1 Januari2007 [http://jurnal.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2007/01/ BLCOM-v2-n1-artikel3-januari2007.pdf <diakses 27 Juni 2009>].

Prihatman, Kemal [editor]. 2000. “Stroberi (*Fragaria chiloensis* L. / F. vesca L.)”. Jakarta: Kantor Deputi Menegristek Bidang Pendayagunaan dan Pemasyarakatan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

primabandung.blogspot.com. 2009. “Bakso Mantep Solo (Jl. Sumatra Belakang Vandung Indah Plaza (BIP)”. [http://primabandung.blogspot.com/2009/08/ bakso-mantep-solo-jl-sumatra-belakang.html <diakses 2 Juni 2010>].

progressiveu.org. […]. “Slow Food: Fight the Homogeneity Machine!”. [http://www.progressiveu.org/categories/slow-food <diakses 26/6/2009>].

Rachman, Eileen & Sylvina Savitri. 2010. ”Generasi ’Chatting’”, *Kompas*, 17 April 2010, h. 33.

Radius, Dwi Bayu. 2007. “Kuliner ‘Jadul’, Sisi Lain Daya Tarik Bandung”. *Kompas*, 30 Juni 2007

______________. 2010. “Bingung Menyantap Fajita di Amigos Bandung”. *Kompas*, 27 Maret 2010.

Redana, Bre. 2010. “Sakralitas Kota”, *Kompas*, 25 April 2010.

Renfrew, Colin dan Paul Bahn. 1996 [1991]. *Archaeology: Theories, Methods, and Practice* (Second Edition). London: Thames and Hudson.

Republika. 2009. “Semarak Kuliner Peranakan”, 18 Januari 2009.

restodb.com. 2007. “Kampung Daun: Jauh dari Suasana Kota”. [http://www.restodb.com/ indonesia/jawa_barat/bandung/lembang/kampung_daun_culture_gallery_cafe/ <diakses 11 Juni 2010>].

Rip, Arie, Thomas J. Misa, dan Johan Schot (editor). 1995. *Managing Technology in Society: The Approach of Constructive Technology Assessment*. London: Pinter Publisher.

Ritter, Harry. 1986. *Dictionary Concept in History*. New York: Greenwood Press.

Ritzer, George. 1993. *The McDonaldization of Society*. California: Pine Forge Press.

______________. 1998. *The McDonaldization Thesis: Explorations and Extensions*. London: Sage Publications.
______________. 2001. *Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Cards and Casinos*. London: Sage Publications.
______________. 2003. *Teori Sosial Postmodern*. Terjemahan Muhammad Taufik. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
______________. 2004. *The McDonaldization of Society* (edisi ke-4, direvisi). California: Pine Forge Press.
______________. 2006. *The Globalization of Nothing: Mengkonsumsi Kehampaan di Era Globalisasi*. Terjemahan Licinda. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
Ritzer George dan Elizabeth L. Malone. 2000. "Globalization Theory: Lessons from the Exportation of McDonaldization and the New Means of Consumption". *American Studies* 41:2/3 (Summer/Fall), h. 97-118.
Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Edisi Keenam. Terjemahan Alimandan. Jakarta: Prenada Media.
Ritzer, George dan Todd Stillman. 2004. "Assessing McDonaldization, Americanization and Globalization", dalam Ulrich Beck, Nathan Sznaider, dan Rainer Winter (editor) *Global America?: The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press.
Robins, Kevin. 2003. "Encountering Globalization", dalam Held, David dan Anthony G. McGrew (editor) *The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate* (2nd Ed.). Oxford: Blackwell Publishing (in association with Polity Press).
Rommya. 2007 [diperbarui 2010]. "Rumah Stroberi (Bandung)" [http://www.jalanjajanhemat. com/2007/06/rumah-stroberi-bandung/ <diakses 4 Juni 2010>].
Rooney, Ellen. 1996. "Discipline and Vanish: Feminism, the Resistance to Theory, and the politics of Cultural studies", dalam John Storey (editor) *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold.
Rosen, Paul dan Brian Rappert. 1999. "The Culture and Politics of Technology". *Soziale Technik*, 4, 99, 19-22. [http://www.york.ac.uk/res/satsu/online-papers/ RosenandRappertthe%20cultureandpoliticsoftechnology.pdf <diakses 26 Juli 2009>].
Rudyansjah, Tony. 2009. *Kekuasaan, Sejarah, dan Tindakan: Sebuah Kajian tentang Lanskap Budaya*. Jakarta: Rajawali Press.
Sachari, Agus. 2007. *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
Sachs, Jeffrey D. 2010. "Pendidikan untuk Semua Lewat Internet", *Koran Tempo*, 3 Mei 2010, h. A10.
Saifuddin, Achmad Fedyani. 2005. *Antropologi Kontemporer: Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma*. Jakarta: Prenada Media.
Saint-Paul, Thérèse. 1997. "Business and The Semiotics of Food: American and French Cultural Perspectives", *Global Business Languages*.
Salaverría, Heidi. 2005. "Fast-Food und Leib Christi: Pragmatistische Reflexionen auf das Verhältnis von Christentum und Ess-kultur" (*English summary*). [http://www.salaverria.de/pdf/fastfood_christi.pdf <diakses 22 April 2010>].
Sanderson, Stephen K. 1993. *Sosiologi Makro: Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial*. Terjemahan Farid Wajidi. Jakarta: Rajawali Press.
Sapthiani, Yulia. 2009. "Makan Roti Belanda di Braga". *Kompas*, 29 November 2009, h. 29.

Sardar, Ziauddin & Borin van Loon. 2001. *Mengenal Cultural Studies for Beginners*. Bandung: Mizan.
Sari, Reni Wulan. 2008. *Dangerous Junk Food: Bahaya Makanan Cepat Saji dan Gaya Hidup Sehat*. Yogyakarta: O2.
Sartono, Frans & Ninuk M Pambudy. 2009. “Bakmi Jawa di Tanah Pasundan”, *Kompas*, 19 November 2009, h. 16.
Sasmojo, Saswinadi. 2004. *Sains, Teknologi, Masyarakat dan Pembangunan.* Bandung: Program Pascasarjana Studi Pembangunan ITB.
Sastrapratedja, M. 2008. “Kata Pengantar”, dalam Francis Lim *Filsafat Teknologi: Don Ihde tentang Manusia dan Alat*. Yogyakarta: Kanisius.
Schlosser, Eric. 2002. *Fast Food Nation*: *The Dark Side of the All-American Meal*. New York: Houghton Mifflin.
Schroeder, Ralph. 2007. *Rethinking Science, Technology, and Social Change*. California: Stanford University Press.
sendokgarpu.com. 2008. “Menikmati Pizza Apple di Kafe Tungku”, [http://www.sendokgarpu.com/user/blog/freakazoid/ <diakses 24 Mei 2010>].
Sengers, Phoebe, Kirsten Boehner, Geri Gay, Joseph Kaye, Michael Mateas, Bill Gaver, dan Kristina Höök. 2004. “Experience as Interpretation”. http://www.sfu.ca/~rwakkary/chi2004_workshop/papers/WS6_CHI04_Sengers.pdf <diakses 10 Juni 2010>].
Setiawan, Den. 2009. “Pisang Ijo Ala’Din, Makanan Tradisional Dibuat Modern”. [http://www.majalahduit.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=187:pisang-ijo-aladin-makanan-tradisional-dibuat-modern&catid=40:cat-makanan&Itemid=57 <diakses 14 Juni 2010>].
Setyaningrum, Arie. 2007. “Avatar: ‘Visualizes Yourself!’ Estetika Populer dan Identitas dalam Technoculture”. [http://kunci.or.id/esai/misc/tia_avatar.htm <diakses 12/6/2009>].
Sharer, Robert J. dan Wendy Ashmore. 1993 (1987). *Archaeology: Discovering Our Past* (Second Edition). California: Mayfield Publishing.
Shenhar, Aaron J., Rias van Wyk, Joca Stefanovic, dan Gerard Gaynor. 2004. “Technofact: Toward A Fundamental Entity of Technology: A New Look At Technology and MOT”. Makalah dipresentasikan pada *IAMOT Conference 2004*, Washington, DC.
Shenoy, Sajna S. 2005. *Food Tourism and The Culinary Tourist*. Disertasi doktor bidang Parks, Recreation, and Tourism, Clemson University.
Silver, David. 1995. “Exploring Technoculture: Computers, Society, Pedagogy: An Annotated Bibliography”. [http://cyber.eserver.org/tcbiblio.html <diakses 27 Juli 2009>].
Slack, Jennifer & J. MacGregor Wise. 2005. *Culture and Technology: A Primer*. New York: Peter Lang.
Smits, Martijntje. 2001. “Langdon Winner: Technology as a Shadow Constitution”, dalam Hans Achterhuis (editor) *American Philosophy of Technology: The Empirical Turn*. Bloomington: Indiana University Press.
Stakeventure.Com. 2007. “Why Globalization Won’t Make Everything the Same 2” [http://stakeventures.com/articles/2007/09/18/why-globalization-wont-make-everything-the-same <diakses 30 Juni 2009>].
Star, Susan Leigh. 1991. “Power, Technology and the Phenomenology of Conventions: on being Allergic to Onions”, dalam John Law (editor) *A Sociology of Monsters:*

Essays on Power, Technology, and Domination (Sociological Review Monograph 38). London: Routledge.
Stearns, Denis. 2009. "How to Safely Cook a Burger (NOT according to the USDA)". [http://www.foodpoisonjournal.com/2009/06/articles/food-poisoning-information/ how-to-safely-cook-a-burger-not-according-to-the-usda/ <diakses 11 Juni 2010>].
Steffen, Dagmar. 2007. "Design Semantics of Innovation: Product Language as a Reflection on Technical Innovation and Socio-cultural Change". Laporan proyek penelitian *Semiotic Product Functions, 2004-2007*, Academy of Finland.
Storey, John. 1996a. *Cultural Studies & the Study of Popular Culture: Theories and Methods*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
_____________. 1996b. "Cultural Studies: An Introduction", dalam John Storey (editor) *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold.
_____________. 2004. *Teori Budaya dan Budaya Pop: Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*. Terjemahan Elli El Fajri. Yogyakarta: Penerbit Qalam.
_____________. 2007. *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Terjemahan: Laily Rahmawati. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
Strinati, Dominic. 2009. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
Subarkah, AW. 2010. "Milestone: Menyongsong Piala Dunia", *Kompas*, 23 April 2010.
Sugiharto, Bambang. 2006. "Kebudayaan, Filsafat, dan Seni: Redefinisi dan Reposisi", dalam Alfathri Adli (editor) *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
Sukmana, Rudi D. 2008. "Bumbu Desa" [http://rasajati.blogspot.com/2008/04/ bumbu-desa.html <diakses 4 Juni 2010>].
Sunardi, St.. 2004. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik.
surveyone.co.id. 2007. "Survei Restaurant Atau Fast Food: Kuatnya Dominasi Restoran Ala Amerika" [www.surveyone.co.id <diakses 4 Juni 2010>].
swa.co.id. 2003. "Bandung Lautan FO dan Kafe". [http://swa.co.id/2003/09/ bandung-lautan-fo-dan-kafe/ <diakses 12 Juni 2010>].
Syahrie, Sugeng P. 2009. "Jaringan Heterogen Teknologi dan Masyarakat", *Kompas*, 5 September 2009.
Tanasychuk, John. 2010. "$5 Burger Night Wednesdays at Table 42 in Boca" [http://weblogs. sun-sentinel.com/features/food/restaurants/blog/events/ <diakses 11 Juni 2010>].
Taylor, Bryan C. 1997. "Bias in Science?", *MIT's Technology Review*, October 1997, h. 65-66.
The American Heritage Dictionary of the English Language (Edisi Keempat). 2009 [2000]. Houghton Mifflin Company.
Therborn, Göran. 2000. "Globalizations: Dimensions, Historical Waves, Regional Effects, Normative Governance". *International Sociology*, June 2000, Vol 15(2): 151–179.
Thieme, Richard. 2005. "The Face We See in the Digital Mirror: How Technology is Changing Religion", *National Catholic Reporter*, 11 Februari 2005, h. 12.
Thwaites, Tony, Lloyd Davis, dan Warwick Mules. 2009. *Introducing Cultural and Media Studies: Sebuah Pendekatan Semiotik*. Terjemahan Saleh Rahmana. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Tiley, Cristhopher. 1989. 'Interpreting Material Culture', dalam Ian R. Hodder (editor) *The Meaning of Things: Material Culture and Symbolic Expression*. London: Happer Collins Academic.

Tinderbox (bahan presentasi dari laporan penelitian). 2008. "Postmodern Dining: Contemporary Reflections on Food Trends". [http://www.tinderboxthg.com/downloads/PoMoDining2008.pdf <diakses 30 Juni 2009>].

Tranggono, Indra. 2010."Pak Pos, Ke Mana Kau Pergi". *Kompas*, 17 April 2010, h. 12.

Triana, Neli & M Clara Wresti. 2010. "Nostalgia Makan di Kampung", *Kompas*, 27 Maret 2010, h. 27.

Trubshaw, Bob .2003. "Semiotics". [www.indigogroup.co.uk/foamycustard <diakses 17/7/2009>].

Väkevä, Seppo. 2009. "Untuk Apa Kita Membutuhkan Semiotika?", dalam Susann Vihma & Seppo Väkevä (editor) *Semiotika Vsual dan Semantika Produk: Pengantar Teori dan Praktik Penerapan Semiotika dalam Desain*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

van Der Bly, Martha C.E. 2007. "Globalization and the Rise of One Heterogeneous World Culture: A Microperspective of a Global Village, *International Journal of Comparative Sociology*, Vol. 48, No. 2-3, h. 234-256.

Vihma, Susann & Seppo Väkevä (editor). 2009. *Semiotika Vsual dan Semantika Produk: Pengantar Teori dan Praktik Penerapan Semiotika dalam Desain*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Volosinov, Valentin 1973. *Marxism and the Philosphy of Language*. Massachusetts: Harvard University Press

wetpaint.com. 2009. "McDonald's, Globalization and Culture". [http://rw303.wetpaint.com/page/McDonald%27s,+globalization+and+culture <diakses 18/6/2009>].

wikipedia (ensiklopedia). 2009a. "Technoculture". [http://en.wikipedia.org/wiki/Technoculture <diakses 12 Juni 2009>].

______________. 2009b. "Culinary Art". [http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_art <diakses 31 Mei 2009>].

Winarno, Bondan. 2008. "Sentuhan Tionghoa pada Kuliner Lokal" [http://travel.kompas.com <diakses 27 Juni 2009>].

______________. 2009. "Pameran Pusaka Bersama", *Kompas*, 13 September 2009, h. 41.

Winner, Langdon. 2001. "Where Technological Determinism Went", dalam Cutcliffe dan Mitcham (editor) *Visions of STS: Counterpoints in Science, Technology, and Society Studies*. Albany: State University of New York Press.

Wise, J. MacGregor. 2006. "Technological Culture". Makalah dipresentasikan dalam *The Asia Cultural Forum*, 2006, Gwangju, Korea.

Wolf, Eric.1999. *Envisioning Power: Ideologies of Dominance and Crisis*. Berkeley: University of California Press.

Wood, David. 2003. "Albert Borgmann on Taming Technology: Prime Time", *The Christian Century;* Aug 23, 2003; h. 22.

Yanuarti, Astari. 2009. "Radio Magno Hijrah ke London". *Gatra*, 19 Maret 2009.

Yuliantina, Anastasia Lilin. 2009. "Laba Ratusan Juta dari Cireng" [http://www1.kompas.com/lipsus112009/kpkread/2009/04/23/10342844/laba.ratusan.juta.dari.cireng <diakses 10 Juni 2010>].

Yuliar, Sonny. 2008. *Tata Kelola Teknologi: Perspektif Teori Jaringan-Aktor*. Edisi khusus, tidak untuk dijual.

______________. 2009. *Tata Kelola Teknologi: Perspektif Teori Jaringan-Aktor*. Bandung: Penerbit ITB.

Zayani, Mohamed. 1997. “The McDonaldization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life” (Resensi buku). *Criticism*, Fall, 1997. [http://findarticles.com/p/articles/mi_m2220/is_n4_v39/ ai_20183783/ <diakses 29/6/2009>].

Zoest, Aart van. 1993. *Semiotika tentang Tanda: Cara Kerjanya dan Apa yang Kita Lakukan Dengannya*. Terjemahan A. Soekowati. Jakarta: Yayasan Sumber Agung.

Penulis

SUGENG P. SYAHRIE adalah dosen Sejarah Sains & Teknologi dan Sejarah Kebudayaan di Jurusan Sejarah UNJ. Ia juga pernah menjadi editor di *Jurnal Kepariwisataan Indonesia* (2009-2015) dan *Jurnal Ekonomi Kreatif*. Gelar Sarjana Arkeologi diperolehnya dari UI (1998) dan Magister Studi Pembangunan dari ITB (2010) dengan tesis berjudul *Teknokultur: Konstruksi Teoretik dan Contoh Aplikasinya pada Praktik Wisata Kuliner di Bandung*. Menulis sejumlah artikel dalam ranah kajian kebudayaan interdisipliner dan studi kepariwisataan, antara lain: ”Teknologi, Demokrasi, dan Pembelajaran Sosial: *Lesson Learned* dari Kasus Rencana Pembangunan PLTN Muria” (*Sosialita*, 2009); ’Dilema Revitalisasi Pusaka Budaya: Kasus Pembangunan Braga City Walk di Kota Bandung’ (*JKI*, 2010); ”Teknologi dan Perubahan Sosial: Suatu ’Antropologi Teknologi’ Mengenai Jala-Jala Listrik PLN” (*Lontar*, 2011); dan “Konsepsi-konsepsi ‘Teknologi dan Budaya’: Keterpisahan Versus Ketidakterpisahan” (*Lontar*, 2012). Ia juga menyunting sejumlah buku, antara lain *Peradaban Jawa: Dari Mataram Kuno Sampai Majapahit Akhir* (2011).

Buku ini dimaksudkan sebagai upaya mengkonstruksi suatu kerangka teoretik untuk memahami dan menjelaskan pertautan antara teknologi dan budaya. Ranah kajian ini disebut "teknokultur" (*technoculture*). Konsep teknokultur yang dikembangkan dalam buku ini, yang bersumber pada literatur studi teknologi (*technology studies*), antropologi simbolik, kajian budaya (*cultural studies*), dan semiotika (khususnya pemikiran Roland Barthes), menjelaskan ihwal tidak adanya keterpisahan antara entitas teknologi dan entitas budaya. Lebih jauh, relasi di antara keduanya bahkan senantiasa berkarakter saling memengaruhi (non-deterministik). Bertolak dari konsep tersebut, buku ini menawarkan gagasan pokok berupa kerangka analitik yang disebut "modus-modus teknokultur".

Buku ini dapat menjadi kritisisme terhadap sejumlah segi dalam teori-teori budaya yang kerap "melupakan" aspek material dalam analisisnya. Kritisisme serupa juga berlaku bagi studi teknologi: bahwa budaya harus dipertimbangkan sebagai faktor yang memengaruhi perkembangan teknologi karena perkembangan teknologi juga merupakan suatu proses sosiokultural. Pada tataran praktikal, modus-modus teknokultur yang ditawarkan buku ini menyediakan perangkat analitik bagi para peminat studi teknologi dan studi kebudayaan untuk melakukan analisis empirik terhadap berbagai fenomena teknokultur (mencakup semua artefak material yang digunakan oleh masyarakat) dalam kehidupan sehari-hari. Analisis teknokultur diasumsikan relevan dan mungkin dilakukan terhadap semua praktik sosial masyarakat karena setiap praktik sosial senantiasa melibatkan beragam artefak material sekaligus mengekspresikan makna-makna budaya.